

UNE VENTE AU DÉTAIL RESPONSABLE  
QUI RAPPORTE



RAPPORT ANNUEL DE LA LCBO 2007-2008

The LCBO logo is rendered in a large, three-dimensional, serif font. It is positioned on the side of a light-colored building, with the letters appearing to be attached to the facade. The building's roofline is visible above the logo, and the background consists of a dark sky with white, fluffy clouds. The logo itself has a slight shadow, giving it a sense of depth and making it stand out against the building's surface.

LCBO

## **UN DIVIDENDE DE PLUS DE UN MILLIARD DE DOLLARS POUR LA CINQUIÈME ANNÉE CONSÉCUTIVE**



LES REVENUS GÉNÉRÉS PAR LA LCBO AIDENT À FINANCER LES SOINS DE SANTÉ,  
LE SYSTÈME D'ÉDUCATION ET D'AUTRES PROGRAMMES IMPORTANTS DU  
GOUVERNEMENT. NOUS VISON À FAIRE CROÎTRE NOTRE ENTREPRISE, ET CE,  
D'UNE MANIÈRE SOCIALEMENT RESPONSABLE.

## **APPUI FERME ET FIER À L'INDUSTRIE DES VINS ET DES BIÈRES ARTISANALES DE L'ONTARIO**



LA LCBO MET SUR PIED DES PROGRAMMES AYANT POUR BUT D'AIDER  
LES PRODUCTEURS ARTISANS DE L'ONTARIO À FAIRE CONNAÎTRE ET À VENDRE  
LEURS VINS ET LEURS BIÈRES.

## RÉDUCTION DE NOTRE IMPACT ENVIRONNEMENTAL



LE PROGRAMME DE CONSIGNATION DE L'ONTARIO A PERMIS DE RECYCLER 250 MILLIONS DE CONTENANTS DE BOISSONS ALCOOLIQUES À CE JOUR. LA LCBO A AUSSI ÉLIMINÉ GRADUELLEMENT L'USAGE DES SACS JETABLES EN PLASTIQUE. ET NOUS SOMMES EN VOIE D'ATTEINDRE NOTRE OBJECTIF DE RÉDUIRE DE 10 POUR 100 NOTRE CONSOMMATION D'ÉNERGIE DANS NOS SUCCURSALES ET NOS ENTREPÔTS.

## RESPONSABILITÉ SOCIALE



LE PERSONNEL DE LA LCBO A CONTESTÉ LE DROIT D'ACHETER DE L'ALCOOL DE PLUS DE DEUX MILLIONS DE PERSONNES QUI SEMBLAIENT MINEURES OU EN ÉTAT D'ÉBRIÉTÉ. DEPUIS 1995, LA LCBO A RÉALISÉ, EN PARTENARIAT AVEC MADD CANADA, D'IMPORTANTES CAMPAGNES DE SENSIBILISATION À LA CONSOMMATION RESPONSABLE D'ALCOOL.

## SERVICE À LA CLIENTÈLE



NOUS RÉPONDONS AUX INTÉRÊTS SANS CESSER EN ÉVOLUTION D'UNE CLIENTÈLE DIVERSIFIÉE AUX QUATRE COINS DE L'ONTARIO. NOUS CONTINUONS À AMÉLIORER NOTRE SERVICE EN RÉNOVANT ET EN REMPLAÇANT DES SUCCURSALES, OU EN EN OUVRANT DE NOUVELLES. UN SONDAGE EFFECTUÉ EN 2007-2008 A RÉVÉLÉ QUE 79 POUR 100 DE NOS CLIENTS ET CLIENTES ACCORDENT À LEUR EXPÉRIENCE DE MAGASINAGE À LA LCBO UNE NOTE DE HUIT OU PLUS SUR UNE ÉCHELLE DE 10.

## LETTRE DE TRANSMISSION

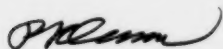
L'honorable Dwight Duncan  
Ministre des Finances

Monsieur le Ministre,

J'ai l'honneur de vous présenter le rapport annuel de la Régie des alcools de l'Ontario pour l'exercice 2007-2008.

Je vous prie d'agréer, Monsieur le Ministre, l'assurance de ma considération distinguée.

*Le président du conseil,*



PHILIP J. OLSSON

## TABLE DES MATIÈRES

Message du ministre	1
Nature de l'entreprise	3
Membres du conseil d'administration	6
Gestion des risques de l'entreprise	13
Commentaires et analyse par la direction des activités d'exploitation	14
Responsabilité quant à l'information financière	28
Rapport du vérificateur	29
États financiers	30
Notes afférentes aux états financiers	33
Aperçu financier	40

## MESSAGE DU MINISTRE



En ma qualité de ministre des Finances et de ministre responsable de la LCBO, je suis heureux de vous présenter le rapport annuel de la LCBO pour l'exercice financier 2007-2008.

Sous la direction de mon prédécesseur et collègue du Conseil des ministres, l'honorable David Caplan, la LCBO s'est employée, tout au long de l'exercice 2007-2008, à satisfaire les attentes du gouvernement, des consommateurs, des contribuables et d'autres parties intéressées.

Durant cet exercice, les ventes nettes de la LCBO et ses autres revenus se sont chiffrés à 4,1 milliards de dollars. La LCBO a versé au gouvernement de l'Ontario un autre dividende record de 1,345 milliard de dollars, taxes non comprises. Il s'agissait de la 14<sup>e</sup> année de suite où la LCBO augmentait le dividende qu'elle verse à la province et de la cinquième année d'affilée où le dividende dépassait le milliard de dollars. Ce dividende aide à financer les soins de santé et le système d'éducation, ainsi que d'autres priorités, services et programmes du gouvernement.

La LCBO appuie fièrement les producteurs ontariens de vins et de bières artisanales; elle s'assure, par des affiches, des promotions, des événements spéciaux et des programmes de perfectionnement des employés, que les producteurs locaux restent bien en vue. Le succès de ces initiatives se reflète dans les résultats financiers. Ainsi, au cours de l'exercice 2007-2008, les ventes de bières artisanales ontariennes ont grimpé de 37 pour 100, les ventes de vins de table VQA de l'Ontario ont augmenté de 11,8 pour 100 et les ventes totales des vineries de l'Ontario se sont accrues de 6,2 pour 100.

La LCBO a également continué à réduire l'impact de ses activités sur l'environnement. En février 2007, un nouveau programme de consignation a été mis en œuvre dans la province. Jusqu'ici, l'initiative gouvernementale a permis le retour de plus de 250 millions de contenants de boissons alcooliques aux magasins The Beer Store pour être recyclés. Le succès de ce programme constitue une victoire à la fois pour les municipalités, l'environnement et la population de l'Ontario. En 2008, la LCBO est allée un peu plus loin dans sa gérance de l'environnement en éliminant graduellement les sacs jetables en plastique, supprimant de ce fait quelque 80 millions de sacs par année du flux des déchets en Ontario.

En son propre nom et en partenariat avec d'autres, la LCBO continue à promouvoir la consommation responsable d'alcool et à décourager les activités dangereuses telles que la conduite avec facultés affaiblies, tout en exerçant un contrôle vigilant pour empêcher la vente d'alcool aux mineurs et aux adultes en état d'ébriété. Le programme de contestation et de refus de la LCBO permet de veiller à ce que seules les personnes ayant le droit d'acheter de l'alcool soient servies.

Au cours de l'exercice 2007-2008, le personnel des succursales de la LCBO a contesté le droit d'acheter de l'alcool de plus de deux millions de personnes parce qu'elles semblaient trop jeunes ou qu'elles semblaient en état d'ébriété. Un peu plus de 134 000 d'entre elles se sont vu refuser le droit d'acheter de l'alcool, ce qui représente un chiffre record et une hausse de 9 pour 100 par rapport à l'exercice précédent. De ces refus, 83 pour 100 étaient en raison de l'âge.

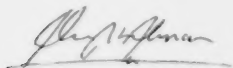
Tout en faisant croire l'entreprise de manière socialement responsable, la LCBO gère efficacement ses coûts d'exploitation par une saine gestion de ses charges. Exprimées en pourcentage des ventes nettes, les charges pour l'exercice 2007-2008 ont connu une légère baisse, se chiffrant à 16,1 pour 100 comparativement à 16,2 pour 100 pour l'exercice précédent. Chaque diminution de 1 pour 100 en charges d'exploitation se traduit par des économies de l'ordre de 40 millions de dollars.

Afin de suivre l'évolution des goûts et des intérêts d'une clientèle diversifiée disséminée dans des collectivités aux quatre coins de la province, la LCBO continue à améliorer son service en rénovant et en remplaçant ses succursales, ou en en bâtissant de nouvelles, fondant toujours ses décisions sur des études de marché et des besoins de la clientèle, ainsi que sur un solide rendement du capital investi.

En 2007-2008, la LCBO a donc ouvert cinq nouvelles succursales, en a relocalisé huit et a effectué de gros travaux d'expansion dans une autre succursale. Ces nouveaux ajouts à son réseau de succursales ont permis d'accroître l'espace de vente de 60 000 pieds carrés et devraient générer 21 millions de dollars de ventes supplémentaires par année.

Avec M. Philip Olsson au poste de président du conseil, et avec un conseil d'administration dévoué et une équipe de gestionnaires chevronnés sous la direction du président-directeur général Bob Peter, je suis certain qu'en 2008-2009, la LCBO continuera d'être animée par les principes de saine gestion d'entreprise, de transparence et de responsabilité. La LCBO continuera par ailleurs d'évoluer avec les conditions du marché et les tendances de l'industrie des boissons alcooliques. Elle remplira également son mandat : agir en détaillant soucieux de sa responsabilité sociale et axer ses activités sur le rendement, l'innovation et la rentabilité.

*Le ministre des Finances,*



L'HONORABLE DWIGHT DUNCAN

## NATURE DE L'ENTREPRISE



La LCBO est un organisme de la Couronne qui relève du ministre des Finances. Le gouvernement de l'Ontario la considère comme une entreprise opérationnelle. Elle a pour mission d'être un détaillant socialement responsable et innovateur qui axe ses activités sur le rendement et génère des profits, et qui entraîne sa clientèle dans la découverte du monde des boissons alcooliques.

Le conseil d'administration de la LCBO se compose d'au plus 11 membres, nommés par décret du lieutenant-gouverneur, sur la recommandation du premier ministre et du ministre des Finances. Le mandat des membres est d'au plus cinq ans. Le conseil d'administration se réunit régulièrement.

Le conseil d'administration a pour mandat de superviser la gestion des affaires de la LCBO. Parmi ses responsabilités les plus importantes, mentionnons les suivantes :

- veiller à ce que la LCBO fournisse à la population des services de grande qualité;
- surveiller et passer en revue la démarche de l'entreprise en matière de gouvernance;
- approuver le plan stratégique et veiller à ce que la direction de la LCBO atteigne les objectifs énoncés dans son plan d'activités;
- approuver chaque année les plans financier et d'activités;
- veiller à ce que l'entreprise reste solvable;
- évaluer et gérer les risques liés aux activités de l'entreprise;
- présenter chaque année des plans financier et d'activités au ministre des Finances;
- veiller à ce que la LCBO ait une politique de communication appropriée;
- veiller à ce que la LCBO exerce ses fonctions d'une manière juste, éthique, impartiale et conforme aux lois pertinentes;
- mettre en œuvre une politique de planification de la relève visant les cadres supérieurs et superviser l'application de cette politique;
- veiller à ce que la LCBO soit dotée de politiques et de procédures qui assurent l'intégrité de ses contrôles internes.

## COMITÉ DE VÉRIFICATION

Le comité de vérification s'assure de la fiabilité et de l'exactitude des états financiers de la LCBO, et évalue les risques auxquels fait face l'entreprise.

## COMITÉ DE GOUVERNANCE ET DE RÉMUNÉRATION

Le comité de gouvernance et de rémunération fait des recommandations en matière de politiques et de pratiques de gouvernance d'entreprise et veille à ce que la LCBO se conforme à de sains principes dans ce domaine. Il fait aussi des recommandations en matière de ressources humaines et de rémunération.

## DÉONTOLOGIE ET GESTION DES AFFAIRES

Le conseil d'administration a approuvé un protocole de gestion des affaires de la LCBO qui comprend des politiques applicables aux questions suivantes : conflits d'intérêt, confidentialité, activités externes des employés et des dirigeants, cadeaux et frais de représentation, et droits de la personne.

## SANTÉ ET SÉCURITÉ

Chaque année, le conseil d'administration approuve une politique en matière de santé et de sécurité au travail et se renseigne sur les questions de santé et de sécurité au travail grâce aux rapports qui lui sont communiqués à intervalles réguliers.

## COMITÉ DE PLANIFICATION ET D'AMÉNAGEMENT DES SUCCURSALES

Le comité de planification et d'aménagement des succursales examine toutes les questions immobilières et de location, et fait des recommandations au conseil d'administration pour approbation finale.

## COMITÉ D'APPEL DE DÉCISIONS

Le comité d'appel de décisions examine tous les appels des décisions de refuser d'inscrire un produit au répertoire des succursales.



## OBLIGATION DE RENDRE COMPTE

Les mesures suivantes font en sorte que la LCBO rend des comptes aux parties intéressées :

- Elle publie un rapport annuel, qui est déposé devant l'Assemblée législative et que la population peut consulter en version imprimée ou en version électronique à l'adresse [www.lcbo.com](http://www.lcbo.com).
- Elle fait vérifier chaque année ses états financiers, comme l'exige la *Loi sur les alcools*, vérification qui est menée par le Bureau du vérificateur général de l'Ontario.
- Elle est assujettie à la *Loi sur l'accès à l'information et la protection de la vie privée*, qui permet au public de consulter divers dossiers.
- Les membres de son conseil d'administration sont nommés par décret.
- Diverses exigences de la *Loi sur les alcools* l'obligent à présenter des rapports au ministre des Finances et au Trésorier de l'Ontario.
- Elle est tenue de respecter les directives pertinentes du Conseil de gestion du gouvernement de l'Ontario.

## ÉQUIPE DE DIRECTION

Les membres de la direction responsables de l'exploitation et de la planification stratégique au cours de l'exercice 2007-2008 étaient :

BOB PETER, président directeur général

LESLEY DE BOER, chef de la vérification interne et directrice générale, Vérification interne

JACKIE BONIC, vice-présidente, Aménagement des succursales et immobilier

ALEX BROWNING, vice-président principal, Finances et administration, et chef des Services financiers

NANCY CARDINAL, vice-présidente, Marketing et veille de la clientèle

BOB DOWNEY, vice-président principal, Ventes et commercialisation

ROY ECKER, vice-président principal, Exploitation de détail

MARY FITZPATRICK, vice-présidente principale, Services juridiques, et secrétaire générale

PATRICK FORD, directeur principal, Politiques de l'entreprise et relations auprès du gouvernement

MURRAY KANE, vice-président principal, Ressources humaines

HUGH KELLY, vice-président principal, Technologie de l'information

BILL KENNEDY, directeur général, Communications de l'entreprise

IAN MARTIN, vice-président principal, Logistique

BARRY O'BRIEN, directeur, Affaires de l'entreprise

GEORGE SOLIAS, vice-président, Assurance de la qualité

SHELLEY SUTTON, directrice, Planification stratégique

TOM WILSON, vice-président, Vintages

## MEMBRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION



PHILIP J. OLSSON

Nommé vice-président en juin 2004, président directeur général par intérim le 6 février 2006 et président du conseil (en vertu de la nouvelle *Loi sur les alcools*) le 7 mars 2007.  
Fin du mandat : le 6 mars 2010.

Associé chez K J Harrison & Partners Inc., une société privée de placements pour particuliers, M. Olsson compte plus de 30 ans de carrière dans le domaine des placements et des services bancaires d'investissement et de commerce. Il a notamment été directeur général, Capital d'investissement, chez Altamira Investment Services Inc., où il a restructuré et supervisé les activités de la société en capital d'investissement. Il avait occupé auparavant le poste de directeur général de la Société de participation Banque Royale limitée, l'unité des services bancaires aux commerçants de RBC Groupe Financier, et ce, après avoir été vice-président du conseil de RBC Dominion Valeurs mobilières, la plus importante banque d'investissement au Canada. M. Olsson est titulaire d'un baccalauréat et d'une maîtrise en administration des affaires de la Vanderbilt University, à Nashville (Tennessee), et il a fait des études supérieures en économie monétaire à la London School of Economics. Il est expert en évaluation d'entreprise agréé par l'Institut canadien des experts en évaluation d'entreprises. M. Olsson participe depuis longtemps à des activités communautaires et civiques pour le compte d'organisations comme Centraide, la Fédération du saumon atlantique, le Festival Shaw et Trout Unlimited.



STEVE DIAMOND

Nommé le 21 septembre 2005; nommé vice-président le 7 mars 2007. Fin du mandat : le 6 mars 2010.

M. Diamond est président de Diamondcorp, une société de conseil et de développement immobilier. Il est aussi membre du conseil d'administration de Whitecastle Investments. Avant de se lancer dans l'immobilier, M. Diamond était associé du groupe de droit immobilier et d'aménagement du cabinet McCarthy Tétrault et dirigeait son service du droit municipal et de l'environnement. Il a également dirigé le cabinet. Dans sa pratique juridique, il est intervenu à titre d'avocat-conseil dans quelques-uns des projets les plus vastes et les plus complexes approuvés dans la région du Grand Toronto, et ce, pour des clients du secteur privé et du secteur public. M. Diamond est actif au sein de la collectivité: il préside notamment l'initiative PAYE (Partnership to Advance Youth Employment), est membre du conseil d'administration de la Fondation de l'Hôpital Mount Sinai, et est membre du comité de sécurité communautaire du maire de Toronto, M. David Miller. M. Diamond est titulaire d'un baccalauréat en droit de l'Université Western Ontario et a été admis au barreau de l'Ontario en 1978. Il consacre une partie de son temps au milieu éducatif en donnant de nombreuses conférences dans les facultés de droit et autres établissements d'enseignement.



HEATHER ANDRECHUK

Nommée le 24 août 2006. Fin du mandat : le 23 août 2009. A démissionné du conseil le 12 décembre 2007.

M<sup>me</sup> Andrechuk compte plus de 25 ans d'expérience dans l'industrie du commerce au détail. Elle a travaillé pour la Compagnie de la Baie d'Hudson, où elle a occupé des postes de responsabilité croissante dans de nombreux domaines allant des achats et de la planification financière aux ventes et à la commercialisation. Elle a dirigé la transformation des magasins phares de Winnipeg et de Vancouver et a joué un rôle de premier plan dans la mise sur pied du magasin phare du centre-ville de Toronto. M<sup>me</sup> Andrechuk a occupé les postes de directrice régionale et de

vice-présidente. Elle fut ensuite nommée directrice des magasins et de l'exploitation chez Home Outfitters (Déco Découverte), société affiliée à La Baie qui se spécialise dans la literie et les articles pour la cuisine et la salle de bain. Elle est responsable de plus de 50 magasins et de 2 500 employés. M<sup>me</sup> Andrechuk est diplômée de l'Université du Manitoba et bénévole auprès de Mater Dei, un organisme à but non lucratif qui vient en aide aux femmes souffrant de toxicomanie.



GEOFFREY R. LARMER

Nommé le 30 mai 2006. Fin du mandat : le 29 mai 2009. Membre du comité de gouvernance et de rémunération.

M. Larmer est président de la société Larmer Professional Corporation, à North Bay, un cabinet d'avocats spécialisé en droit des assurances et en préjudices corporels. Sa pratique du droit lui a donné une perspective unique sur les questions de responsabilités sociale et légale, notamment en ce qui a trait à la consommation d'alcool par des mineurs et aux conséquences de la consommation abusive d'alcool. Il compte parmi ses clients des victimes d'accidents causés par la conduite en état d'ébriété. M. Larmer obtenait, en 1989, un baccalauréat spécialisé en biophysique médicale de l'Université de Western Ontario, et, en 1992, un baccalauréat en droit du même établissement. Il a fait un stage au cabinet Bereskin & Parr de Toronto, où il s'est spécialisé dans les questions de propriété intellectuelle, de brevet, de marque de commerce, de droit d'auteur et autres dossiers connexes. Il a été admis au barreau en 1994 et a fondé le cabinet Larmer & Larmer Barristers, à North Bay. Il a fondé la société Larmer Professional Corporation en 2005. M. Larmer est membre de la Nipissing Law Association, de l'Ontario Trial Lawyers Association et de l'Association of Trial Lawyers of America. Il a aussi été membre du conseil d'administration et ancien président de la Société protectrice des animaux de North Bay et de la région.



JAY LEE

Nommé le 30 mai 2007. Fin du mandat : 29 mai 2010. Membre du comité de vérification.

Jay Lee est un professionnel des marchés financiers. Il possède une expérience approfondie de la gestion de portefeuille, de la négociation et de l'analyse des marchés financiers canadien et américain. Il est directeur du service du commerce des titres du marché institutionnel pour Blackmont Capital Inc., une société de courtage torontoise qui offre des services de recherche, de négociation et de placements bancaires. Analyste financier agréé, M. Lee est titulaire d'un baccalauréat en économie de l'Université de Toronto. Il a acquis une expérience diversifiée, notamment dans l'analyse et la négociation de valeurs mobilières dans un large éventail de secteurs et de produits, dont les capitaux propres, les actions et les dérivés de crédit.



PENNY LIPSETT

Nommée le 30 mai 2007. Fin du mandat : le 29 mai 2010. Membre du comité de gouvernance et de rémunération.

Penny Lipsett est une spécialiste des relations avec les investisseurs et des relations gouvernementales. Elle a évolué pendant une grande partie de sa carrière dans le milieu des affaires et de la politique. Après avoir obtenu son diplôme de l'Université de Western Ontario, elle a travaillé sur la Colline du Parlement, à Ottawa, en qualité d'adjointe spéciale d'un membre du cabinet (Judd Buchanan) dans les années où Trudeau était premier ministre. Elle a ensuite travaillé chez Xerox Canada jusqu'en 1992. Elle y a occupé des postes de responsabilité croissante jusqu'à ce qu'elle en vienne à diriger les opérations de la société. M<sup>me</sup> Lipsett est par la suite retournée sur la Colline du Parlement en tant que chef du cabinet du ministre de la Justice, Allan Rock, de 1993 à 1995. Elle exploite depuis 1995 sa propre société de conseil qui se spécialise dans les relations avec les investisseurs et les gouvernements. Elle compte parmi ses clients Sherritt International, la Financière Manuvie et la Westaim Corporation. Elle siège également au conseil d'administration de la société de portefeuille bancaire MBNA (Canada).



LAUREL MURRAY

Nommée le 8 août 2005; mandat renouvelé le 8 août 2008. Fin du mandat : le 7 août 2011. Présidente du comité de vérification.

Comptable agréée, M<sup>me</sup> Murray possède plus de 18 ans d'expérience comme cadre supérieure dans les secteurs public et privé. Elle dirige depuis 2000 sa propre société de conseil en gestion. Au cours des 20 dernières années, elle a aidé nombre d'organismes et de ministères fédéraux et provinciaux à améliorer leurs méthodes de gestion des risques, de mesure du rendement et de responsabilisation. M<sup>me</sup> Murray prône la saine gestion et la surveillance au sein des entreprises et s'intéresse de très près aux questions environnementales. Ses champs de compétence comprennent la planification stratégique et la reddition de comptes, la mesure du rendement, la gestion intégrée des risques, la gestion financière, la comptabilité et la vérification comptable, les systèmes financiers, la gestion de projets, la mise en œuvre de programmes et l'aménagement organisationnel. Elle a obtenu son baccalauréat spécialisé en commerce de l'Université Carleton en 1986. Elle a obtenu le titre de comptable agréée de l'Institut Canadien des Comptables Agréés en 1989. Bénévole très active, M<sup>me</sup> Murray passe beaucoup de temps à aider les gens dans le besoin dans sa collectivité tout en conciliant travail et famille.



JEAN SIMPSON

Nommée le 3 novembre 2004. Mandat renouvelé le 3 novembre 2007. Fin du mandat : le 2 novembre 2010. Présidente du comité de gouvernance et de rémunération.

M<sup>me</sup> Simpson s'est toujours intéressée à la santé mentale. Après avoir commencé sa carrière comme infirmière, elle a occupé des postes de gestionnaire à l'Institut psychiatrique Clarke et à l'Hôpital Women's College de Toronto. Elle a ensuite exercé les fonctions de directrice des programmes et des services de santé mentale au ministère de la Santé, avant de retourner à l'Institut psychiatrique Clarke à titre de vice-présidente à la direction et de directrice des opérations, poste qu'elle a également occupé par la suite au Centre de toxicomanie et de santé mentale dès sa création en 1998. À la retraite depuis juin 2003, elle a continué d'œuvrer dans le domaine de la santé mentale en tant que membre du conseil d'administration de l'Ontario Council of Alternative Businesses, un organisme provincial sans but lucratif qui a pour mandat d'aider des survivants de la

psychiatrie et des utilisateurs du système de santé mentale à créer et à exploiter des entreprises non traditionnelles. Elle préside aussi le conseil d'administration de Workman Arts, un projet qui offre aux personnes aux prises avec des problèmes de santé mentale et de toxicomanie des moyens d'expression artistique multidisciplinaire dans les domaines du cinéma, du théâtre, de la littérature, des arts visuels et de la musique. Elle met aussi à profit l'expérience qu'elle a acquise à titre de chef des opérations en conseillant des dirigeants d'entreprise.



RAMESH SRINIVASAN

Nommé le 18 avril 2007. Fin du mandat : le 17 avril 2010. Membre du comité de vérification.

Ramesh Srinivasan est un éducateur en tourisme et en hôtellerie qui cumule plus de 25 ans d'expérience internationale en gestion de l'accueil. Il est titulaire d'une maîtrise en administration hôtelière de Cornell-Essec, à Paris. Il se spécialise entre autres dans les hôtels, les restaurants, les services de traiteur ainsi que la gestion, le marketing et les finances des centres de congrès. Il enseigne la gestion d'hôtel et de restaurant à la School of Hospitality, Recreation and Tourism du Humber Institute of Technology and Advanced Learning de Toronto. Ses domaines de prédilection comprennent les accords vin-mets, la gestion des produits financiers, les systèmes et la vérification en tourisme et en hôtellerie, l'entrepreneuriat ainsi que la gestion des congrès et réunions. Il possède entre autres certifications professionnelles un certificat de spécialiste en vins, un certificat supérieur en vins et spiritueux, un certificat en pédagogie du tourisme et de l'hôtellerie, ainsi qu'un certificat en gestion des services alimentaires. Il est membre de la Hospitality Sales and Marketing Association International, de l'Association Canadienne des Sommeliers Professionnels, du International Council on Hotel Restaurant and Institutional Education, de l'Association canadienne des restaurateurs et des services alimentaires et de l'Institute of Internal Auditors.

II



HARVEY T. STROSBERG, C. R., LL.D., DDC

Nommé le 7 mars 2007. Fin du mandat : le 6 mars 2010. Membre du comité de gouvernance et de rémunération.

M. Strosberg, c. r., est associé principal du cabinet Sutts, Strosberg, LLP, à Windsor. Il jouit d'une grande expérience devant les tribunaux, en appel comme en première instance, dans les domaines de la responsabilité civile délictuelle, des préjudices corporels, de la responsabilité de produits, des litiges commerciaux et des recours collectifs. Admis au barreau en 1971, il est membre du conseil du Barreau du Haut-Canada depuis 1987 et en a été le trésorier (président) de 1997 à 1999. Il est rédacteur en chef de la revue juridique *Canadian Class Action Review*. Il est également professeur auxiliaire à la faculté de droit de l'Université de Windsor, où il donne un cours sur les recours collectifs. Il donne aussi chaque année des conférences à l'Université d'Ottawa.



## GESTION DES RISQUES DE L'ENTREPRISE



Toutes les entreprises font face à des risques, que ce soit une atteinte au système informatique ou le ralentissement de l'économie. C'est pourquoi elles doivent élaborer des plans de gestion des risques.

En 2006-2007, la LCBO a pris des mesures pour repérer les risques auxquels elle est exposée et évaluer les facteurs pouvant menacer ses activités. Ces risques varient de l'évolution des caractéristiques démographiques de la clientèle aux questions touchant les déplacements transfrontaliers et leurs effets sur le tourisme.

Un groupe de gestion des risques d'entreprise a été créé pour repérer les risques, déterminer leur probabilité, trouver des moyens de les maîtriser et dresser une liste de mesures pouvant être prises pour atténuer leurs effets. On a organisé plus d'une dizaine de séances de discussion auxquelles ont participé des cadres supérieurs et des chefs de service au siège social afin de déterminer si les risques auxquels fait face l'entreprise sont possibles, peu probables, graves ou négligeables. Toutes les divisions ont participé aux séances de remue-méninges. À l'issue de ces séances, les risques ont été intégrés aux plans d'activités des divisions.

13

Des études et évaluations supplémentaires de ces risques potentiels ont été réalisées en 2007-2008 et ont révélé 17 risques commerciaux clés qui ont été répertoriés et incorporés aux plans d'activités de diverses divisions.

Des « champions du risque » ont été nommés au sein de chacune des divisions. Ils seront responsables de développer et de mettre en œuvre des stratégies d'atténuation des risques. Ces plans ont fait l'objet d'un examen par le comité de vérification du conseil d'administration de la LCBO.

Un processus continu de contrôle, d'évaluation et de mise en œuvre d'un plan de gestion des risques continuera à être développé afin de répertorier et d'évaluer les nouveaux risques tout en s'assurant que les risques actuels sont atténués de façon appropriée.

À l'avenir, ces 17 risques seront ajustés en fonction de leur priorité lorsque l'environnement commercial change ou que des stratégies d'atténuation complètes sont mises en place.

## COMMENTAIRES ET ANALYSE PAR LA DIRECTION DES ACTIVITÉS D'EXPLOITATION



AU-DELÀ DES CHIFFRES DE 2007-2008

La réglementation canadienne sur les valeurs mobilières oblige les sociétés ouvertes à déposer un rapport annuel qui comprend leurs états financiers de même qu'une analyse de leurs activités d'exploitation. En sa qualité d'entreprise publique du gouvernement de l'Ontario, la LCBO n'est pas assujettie à cette réglementation. Néanmoins, elle a décidé de broser un tableau complet de ses activités afin, d'une part, d'en assurer une meilleure compréhension et, d'autre part, de divulguer l'ensemble de ses résultats pour rejoindre un large public. La présente section du rapport annuel explique les résultats financiers de la LCBO pendant le dernier exercice et comprend des renseignements qui facilitent l'évaluation de son rendement.

### POINTS SAILLANTS

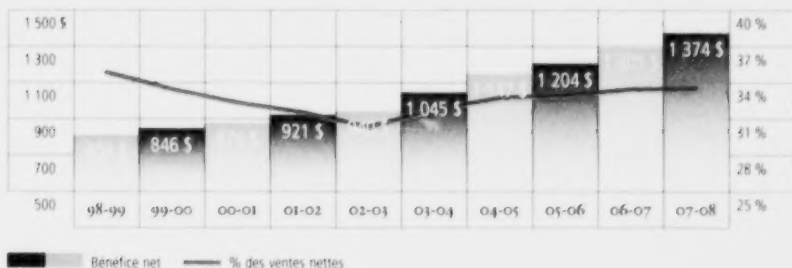
(en millions de dollars)	2006-2007	2007-2008	Variation en %
Dividende versé au gouvernement	1 279 700	1 345 000	5,1 %
Ventes nettes et autres revenus	3 922 648	4 133 191	5,4 %
Charges d'exploitation	632 750	659 429	4,2 %
Bénéfice net	1 300 601	1 374 357	5,7 %

### BÉNÉFICE NET

Le bénéfice net de la LCBO a atteint un record en 2007-2008 et totalisé 1,374 milliard de dollars, soit 73,8 millions de dollars de plus que celui de l'exercice précédent. Le taux de bénéfice net en pourcentage des ventes nettes a augmenté, passant de 33,4 pour 100 au cours de l'exercice précédent à 33,5 pour 100 pour l'exercice écoulé, et dépassant de 0,5 pour 100 les prévisions.

Le graphique ci-après fait l'historique du bénéfice net de la LCBO et du taux de bénéfice net en pourcentage des ventes nettes au cours des 10 dernières années.

**Bénéfice net** (en milliers de dollars) et en tant que pourcentage des ventes nettes



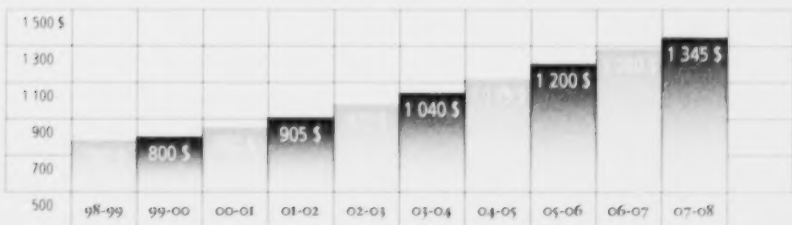
Depuis 1998-1999, le bénéfice net de la LCBO a augmenté de 69,8 pour 100, soit de 565 millions de dollars. La croissance du bénéfice net a dépassé la croissance des ventes nettes depuis 2002-2003 grâce à de meilleures marges bénéficiaires et à un meilleur contrôle des charges.

#### DIVIDENDE

La LCBO a versé un dividende record de 1,345 milliard de dollars au gouvernement de l'Ontario en 2007-2008, excluant la totalité des taxes, soit une augmentation de 65 millions de dollars par rapport à l'exercice précédent. Il s'agissait du quatorzième exercice consécutif au cours duquel la LCBO réussissait à accroître le dividende qu'elle verse au gouvernement et de son treizième dividende record consécutif. C'était aussi la cinquième fois de suite que la LCBO versait un dividende au-dessus de la barre du milliard de dollars.

Le tableau qui suit décrit l'historique des 10 dernières années pour ce qui est des dividendes que la LCBO a versés au gouvernement de l'Ontario.

**Dividende** (en milliers de dollars)



Depuis 1998-1999, le dividende a augmenté de 72,4 pour 100, soit de 565 millions de dollars. Au cours des 10 dernières années, la LCBO a versé 10,290 milliards de dollars sous forme de dividendes au gouvernement provincial.

## VERSEMENTS EFFECTUÉS PAR LA LCBO AU GOUVERNEMENT

Le dividende de la LCBO n'inclut pas les sommes perçues au titre de la taxe de vente provinciale, qui se sont élevées à 383 millions de dollars en 2007-2008.

*Les tableaux ci-dessous ventilent la façon dont les divers paliers de gouvernement se répartissent les bénéfices de la LCBO, de même que chaque dollar de vente nette.*

**Versements effectués par la LCBO au gouvernement**

Dividende	61,1 %
Fédéral – droits de douane et taxe d'accise	15,4 %
Fédéral – TPS	5,4 %
TVP	17,4 %
Administrations municipales	0,7 %

**Ventilation de chaque dollar de vente nette**

Coût des produits	51,1 %
Bénéfice net	33,5 %
Vente au détail et marketing	10,5 %
Administration et autres	2,9 %
Entreposage et distribution	2,0 %

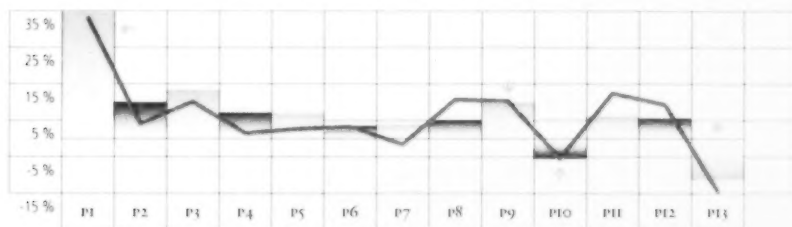
## CONTEXTE EXTERNE

Les ventes nettes de la LCBO au cours de l'exercice financier 2007-2008 ont augmenté de 5,5 pour 100, un taux supérieur à la croissance du secteur de la vente au détail de l'Ontario, qui était de 4,5 pour 100 pendant la même période.

La deuxième moitié de l'exercice représentait un défi pour l'Ontario. Les consommateurs ont été frappés par une augmentation des prix à la pompe. Les signes avant-coureurs d'un ralentissement économique aux États-Unis ainsi qu'un fort dollar canadien ont gêné le secteur manufacturier de la province, qui dépend des exportations. Une combinaison de ces facteurs, en plus des préoccupations face aux mouvements transfrontaliers, a fait que beaucoup d'Américains sont restés chez eux alors que bien des Ontariens ont profité du taux de change avantageux pour traverser la frontière, à la recherche d'aubaines.

Malgré ces défis, la province a réussi à obtenir une croissance du PIB en dollars constants de l'ordre de 2,1 pour 100 en 2008, avec un taux de chômage de 6,4 pour 100. Cela a favorisé une croissance modérée des ventes de boissons alcooliques.

Le graphique suivant illustre la croissance des ventes de la LCBO par rapport à celle des ventes au détail en Ontario au cours de l'exercice.



- P1 – Six jours de ventes de plus que l'année précédente    P9 – Inclut une semaine de ventes en décembre  
 P10 – Une semaine de ventes de moins en décembre    P13 – Sept jours de ventes de moins que l'année précédente

■ Ventes nettes de la LCBO    — Ventes au détail en Ontario (non redressées)

Remarque : On calcule les ventes au détail de l'Ontario à l'aide des données sur les ventes mensuelles non redressées fournies par Statistique Canada. Ces données sont converties en équivalents pour l'exercice de la LCBO d'après le nombre de jours de ventes. L'exercice financier de la LCBO est divisé en 13 périodes de ventes.

Au cours de la première moitié de l'exercice, la LCBO a profité de conditions météorologiques favorables, de la participation des Sénateurs d'Ottawa aux éliminatoires de la Coupe Stanley ainsi que de la Coupe du Monde U-20 de la FIFA, dont Toronto a été l'une des villes hôtes. Le montant total des ventes s'est également accru en raison d'une augmentation de la taxe d'accise fédérale au cours de la période 6 de 2006-2007, ce qui a fait augmenter le prix de la plupart des produits. Nous avons également été favorisés par une augmentation du prix plancher des spiritueux à la période 8 de 2006-2007.

Au cours de la seconde moitié de 2007-2008, les ventes de la LCBO ont principalement été affectées par un hiver rude et par la hausse du dollar canadien (surtout dans le sud-ouest de l'Ontario). La marge brute a été réduite au cours des périodes 12 et 13 par l'initiative d'harmonisation des spiritueux canadiens<sup>1</sup>, qui a réduit la marge et le revenu net d'environ 2,0 millions de dollars.

17

## VENTES PAR RÉGION

Les quatre régions de la LCBO ont connu une croissance des ventes nettes positive sur 12 mois au cours de l'exercice financier 2007-2008 et toutes les régions, sauf la région de l'Ouest, ont dépassé les prévisions budgétaires. La plus faible croissance des ventes dans la région de l'Ouest est en grande partie attribuable à l'économie stagnante de Windsor, à la baisse du tourisme dans la région de Niagara et à l'ouverture retardée des nouvelles succursales de Kitchener et de Brantford.

<sup>1</sup> La LCBO a réduit la marge sur le coût de revient des spiritueux le 4 février 2008, suite à la demande du gouvernement de l'Ontario, afin d'assurer le traitement uniforme des spiritueux comparables et de favoriser les perspectives et la croissance économiques.

Le tableau ci-après indique le niveau des ventes nettes enregistrées dans chaque région par rapport aux prévisions et aux ventes de l'exercice précédent.

Région	2007-2008 (en milliers de dollars)	Variation relativement à 2006-2007	Écart par rapport aux prévisions
Nord	508 543	5,4 %	2,1 %
Est	836 715	4,8 %	0,4 %
Centre	1 298 062	5,4 %	0,9 %
Ouest	901 582	3,9 %	-0,9 %

#### VENTES DES SUCCURSALES COMPARABLES

Le terme « succursales comparables » désigne les succursales ouvertes au même endroit depuis plus de deux ans. Quant à lui, le terme « succursales non comparables » désigne les succursales ouvertes depuis moins de deux ans et les succursales qui ont fermé leurs portes. En 2007-2008, les ventes nettes des succursales non comparables ont augmenté de 25,8 pour 100 par rapport à l'exercice précédent, soit pratiquement huit fois le taux de croissance qu'ont affiché les succursales comparables (3,3 pour 100).

#### VENTES PAR CANAUX

Les ventes au détail de la LCBO, définies comme étant les ventes aux particuliers, ont augmenté de 5,3 pour 100 par rapport à l'exercice précédent et atteint 3,22 milliards de dollars. Par rapport au total des ventes de la LCBO, le pourcentage des ventes au détail est resté stable à 78,4 pour 100 alors que le pourcentage des ventes aux titulaires de permis a glissé et que celui des ventes aux magasins The Beer Store (TBS) a crû.

Les ventes aux titulaires, qui englobent les ventes aux hôtels et restaurants, ont connu une croissance de l'ordre de 4,2 pour 100 en 2007-2008, passant de 428 millions de dollars l'année dernière à 446 millions de dollars. En tant que pourcentage des ventes totales de la LCBO, les ventes aux titulaires ont chuté de 0,2 point à 10,8 pour 100.

Les ventes en gros de la LCBO aux magasins TBS ont augmenté de 8,7 pour 100 et atteint 287 millions de dollars au cours de l'exercice. Les ventes aux magasins TBS en tant que pourcentage des ventes totales de la LCBO ont gagné 0,2 point pour atteindre 7,0 pour 100.

## Répartition des ventes de la LCBO par canal



Les ventes de la LCBO aux boutiques hors taxes aux postes transfrontaliers ont diminué pour la troisième année consécutive, chutant de 6,8 pour 100 par rapport à l'exercice précédent. Cela était le résultat de la diminution du nombre d'Américains voyageant en Ontario en raison d'un taux de change moins avantageux, du prix plus élevé de l'essence et des préoccupations face aux mouvements transfrontaliers.

Dix-sept nouveaux magasins-agences ont fait augmenter les ventes de ce canal en 2007-2008 à 86 millions de dollars, une augmentation de 9,9 pour 100 sur 12 mois. Les ventes aux magasins-agences représentent maintenant 2,1 pour 100 des ventes de la LCBO.

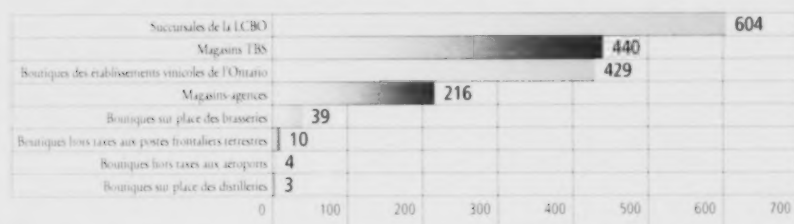
Le programme de livraisons directes, qui permet aux établissements vinicoles de l'Ontario de vendre directement leurs produits, principalement des vins VQA, aux titulaires de permis, a affiché une forte croissance des ventes nettes, augmentant de 9,7 pour 100 par rapport à l'exercice précédent. Au cours de l'exercice financier 2007-2008, les ventes par le canal des livraisons directes représentaient 16,0 pour 100 de la valeur totale du marché des titulaires de permis de vin, contre 16,2 pour 100 l'année précédente.

## POSITION DE LA LCBO SUR LE MARCHÉ DE DÉTAIL

La LCBO fait face à la concurrence d'autres détaillants de boissons alcooliques, dont les magasins TBS, propriété de Molson-Coors, Labatt (InBev SA) et Sleeman (Sapporo), les boutiques des établissements vinicoles de l'Ontario, les boutiques sur place des brasseries et des distilleries, les magasins-agences et les boutiques hors taxes. Au 31 mars 2008, il y avait 1 745 points de vente d'alcool en Ontario.

Voici ce à quoi ressemblait le marché en date du 31 mars 2008 :

### Nombre de points de vente d'alcool sur le marché de détail en Ontario



Remarque : Les 604 succursales de la LCBO et les 216 magasins-agences en Ontario détiennent environ 47 pour 100 du marché.

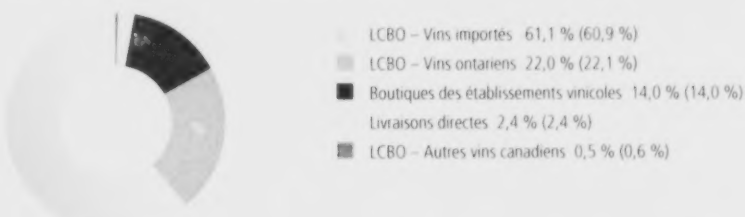
### EVOLUTION DE LA PART DE MARCHÉ

L'ensemble du marché des boissons alcooliques en Ontario, qui comprend la LCBO, les magasins TBS, les boutiques des établissements vinicoles ainsi que les autres canaux légaux et illégaux et les produits maison, a totalisé plus de 9,0 milliards de dollars en ventes brutes en 2007-2008. La part de marché de la LCBO en fonction de sa valeur est passée de 50,7 pour 100 en 2006-2007 à 50,8 pour 100 cette année.

Les ventes du marché des vins en Ontario ont augmenté de 3,6 pour 100 en 2007-2008. Les vins importés ont totalisé 61,1 pour 100 des vins vendus dans la province, relativement à 60,9 pour 100 l'année dernière. Les ventes de vins de l'Ontario, vendus par la LCBO et les boutiques des établissements vinicoles et ceux livrés directement par les établissements vinicoles, ont connu un léger déclin pour s'établir à 38,4 pour 100 par rapport à 38,5 pour 100 l'année dernière. L'intérêt grandissant pour les vins du Nouveau Monde a favorisé la progression des ventes de vins importés.

Les ventes directes de vins, par lesquelles les établissements vinicoles de l'Ontario livrent leurs produits directement aux titulaires, n'ont affiché aucun changement de leur part de marché en volume sur 12 mois, demeurant à 2,4 pour 100 en 2007-2008.

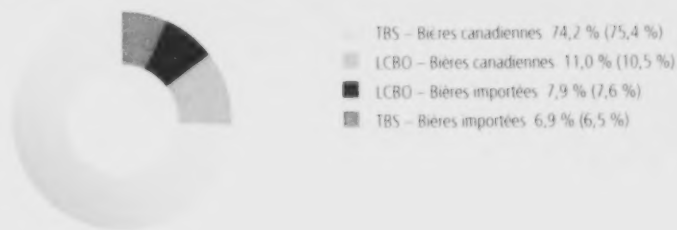
### Parts de marché des vins en 2007-2008 – Volume (parts de marché en 2006-2007 entre parenthèses)





Les ventes de bières en Ontario ont progressé de 1,9 pour 100 en 2007-2008 sur le plan du volume. Les ventes de bières de la LCBO ont augmenté de 6,7 pour 100, à l'exclusion des ventes aux magasins TBS, alors que les ventes aux magasins TBS ont augmenté de 0,84 pour 100 par rapport à l'année précédente. En conséquence, la part de marché que détient la LCBO a grimpé à 18,9 pour 100, par rapport à 18,1 pour 100 en 2006-2007, tandis que celle des magasins TBS est passée de 81,9 pour 100 à 81,1 pour 100 pour la même période.

**Parts de marché des bières en 2007-2008 – Volume** (parts de marché en 2006-2007 entre parenthèses)



## RÉSULTATS D'EXPLOITATION

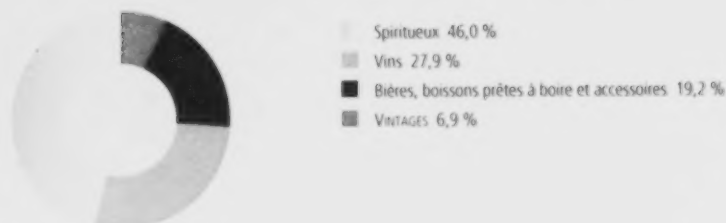
### Marge bénéficiaire brute

La marge bénéficiaire brute a augmenté de 5,4 pour 100 par rapport à l'année dernière pour atteindre 2,01 milliards de dollars en 2007-2008, par rapport à 1,91 milliard de dollars en 2006-2007, et a dépassé les prévisions de 0,7 pour 100. La marge bénéficiaire brute exprimée en pourcentage des ventes nettes s'est établie à 48,9 pour 100. Elle est légèrement en deçà de la prévision de 49,0 pour 100. L'augmentation des ventes de bière a eu un effet négatif sur la croissance de la marge bénéficiaire brute. De plus, l'initiative d'harmonisation des spiritueux canadiens en vigueur à la période 12 a fait chuter la marge d'environ 2,0 millions de dollars.

Le vin et les spiritueux ont le plus contribué à l'augmentation de la marge bénéficiaire brute, totalisant respectivement 38,6 pour 100 et 38,0 pour 100 de l'augmentation. La bière représente 23,6 pour 100 alors que les produits non alcooliques représentent le reste. Les spiritueux génèrent la marge la plus élevée par dollar de ventes nettes pour la LCBO (57,4 cents par dollar de ventes nettes). Quant à elles, les marges des vins et des bières par dollar de ventes nettes s'établissent à 49,1 cents et à 35,7 cents respectivement. (Remarque : Ces chiffres de marge incluent les ventes de VINTAGES.)

Les spiritueux ont représenté le pourcentage le plus important de la marge bénéficiaire brute avec 46 pour 100 en raison des marges bénéficiaires plus élevées sur ces produits. Les vins et VINTAGES ont représenté approximativement 28 pour 100 et 7 pour 100 respectivement de la marge bénéficiaire, alors que la bière, les boissons prêtes à boire et les accessoires ont représenté tout juste au-delà de 19 pour 100.

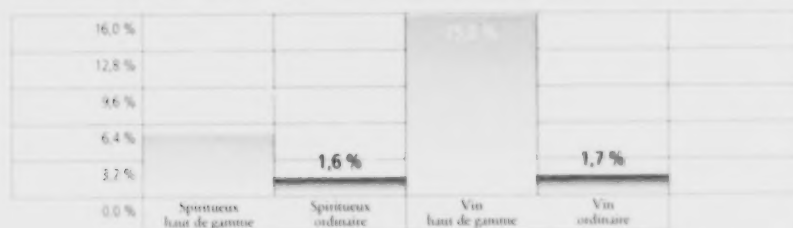
## Part de la marge bénéficiaire par unité commerciale en 2007-2008



Remarque : Exclut les commandes privées.

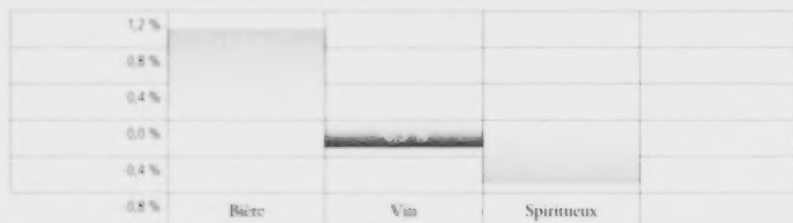
En 2007-2008, les spiritueux coûtant plus de 30 \$ par bouteille de 750 mL ont connu une hausse de 5,5 pour 100 comparativement à une augmentation de 1,6 pour 100 pour les autres spiritueux. Les ventes de vins haut de gamme, c'est-à-dire les vins coûtant 15 \$ ou plus, se sont accrues de 15,8 pour 100 au cours de l'exercice, tandis que celles des autres vins ont augmenté de 1,7 pour 100. La prédilection des consommateurs pour les produits haut de gamme s'applique aussi à la bière, mais cela n'a aucun effet sur la marge bénéficiaire de la LCBO du fait que les majorations sur la bière sont uniformes. En effet, ces majorations ne varient pas en fonction de la valeur du produit, comme cela est le cas pour les vins et les spiritueux.

## Les ventes de produits haut de gamme croissent plus rapidement (évolution du volume sur 12 mois)



Le volume des ventes de bière en tant que pourcentage du volume total des ventes de la LCBO est passé de 49,6 pour 100 à 50,7 pour 100 en 2007-2008. Quant à lui, le volume des ventes de vin et de spiritueux est passé de 29,2 pour 100 à 28,9 pour 100 et de 21,1 pour 100 à 20,5 pour 100 respectivement.

## Variation de la part du volume des ventes de la LCBO

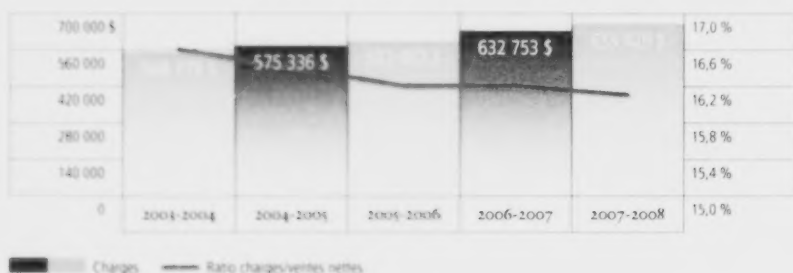


5. Charges

Les charges ont été maîtrisées pendant la majeure partie de l'exercice. Les charges totales se sont chiffrées à 659 millions de dollars, ce qui représente 1,8 pour 100 de moins que les prévisions et une augmentation de 4,2 pour 100 par rapport à l'exercice précédent. Cette hausse est principalement due à l'augmentation prévue des salaires, à l'accroissement des activités liées aux ventes ainsi qu'aux coûts associés au Programme de consignation de l'Ontario.

À la fin de 2007-2008, le ratio charges/ventes nettes s'est établi à 16,1 pour 100, par rapport à 16,2 pour 100 l'année dernière. Chaque diminution de 1 pour 100 des charges d'exploitation se traduit par des économies de l'ordre de 40 millions de dollars.

## Évolution des charges (en millions de dollars)



Les charges du siège social étaient de 5,6 pour 100 en deçà des prévisions, augmentant de 3,0 pour 100 par rapport à l'exercice précédent pour atteindre 116 millions de dollars. Les charges d'entrepôt ont augmenté de 8,4 pour 100, se chiffrant à 54 millions de dollars, soit 6,2 pour 100 de plus que les prévisions. Cette augmentation provient de charges de main-d'œuvre non planifiées à l'usine de Durham pour soutenir l'accroissement des expéditions. Les charges des succursales ont augmenté de 4,8 pour 100, se chiffrant à 364 millions de dollars, soit 1,1 pour 100 de plus que les prévisions, en raison principalement de l'augmentation des dépenses de réparation et d'entretien et du coût des salaires et des avantages sociaux. La croissance des charges des succursales a été inférieure à celle des ventes.

*Rotation des stocks*

Le nombre total de rotations des stocks est resté stable en 2007-2008, demeurant à 7,5, et ce, malgré les prévisions de 7,7. Le nombre de rotations des stocks de bière et de spiritueux a atteint 17,6 et 8,8 respectivement, alors que celui des vins, excluant les produits de VINTAGES, est descendu à 6,0. Le nombre de rotations des stocks de VINTAGES est passé de 3,2 à 3,1.

Le nombre de rotations des stocks de gros a chuté à 12,1 en 2007-2008 alors qu'il était de 12,3 l'année dernière, soit en deçà des prévisions fixées à 12,5. La rotation des stocks de produits destinés à la vente au détail est demeurée inchangée à 14,2, identique à l'année dernière, mais en deçà des prévisions fixées à 14,4.

**Nombre total de rotations des stocks***Ratios financiers et d'exploitation*

En 2007-2008, les ratios des résultats ont été avantageux.

Les charges administratives sont restées inchangées par rapport à l'exercice précédent et par rapport aux prévisions fixées à 1,5 pour 100 des ventes nettes. Les charges d'exploitation en tant que pourcentage des ventes nettes étaient de 11,5 pour 100, une amélioration par rapport à l'exercice précédent et aux prévisions qui étaient de 11,6 pour 100. Cette amélioration est attribuable à l'augmentation des ventes nettes et au contrôle des charges.

24

La marge bénéficiaire brute en pourcentage des ventes nettes est demeurée inchangée par rapport au taux de l'exercice précédent qui était de 48,9 pour 100, mais légèrement en deçà du taux prévu de 49,0 pour 100 pour 2007-2008. Ces résultats sont imputables à l'augmentation continue des ventes de produits haut de gamme qui a été d'une certaine manière contrebalancée par l'augmentation supérieure aux prévisions des ventes de bière et par l'initiative d'harmonisation des spiritueux canadiens, qui est entrée en vigueur le 4 février 2008.

*Ratios de productivité*

Afin de tenir compte de ses charges et de repérer les secteurs où des améliorations se produisent ou sont nécessaires, la LCBO se fixe chaque année des objectifs en ce qui concerne plusieurs ratios de productivité. Par exemple, le ratio charges des succursales/ventes indique le pourcentage de ventes nettes nécessaire pour payer les charges liées à la vente au détail (salaires, loyer des succursales et autres charges). La diminution du ratio charges des succursales/ventes indique que les employés sont de plus en plus productifs.

**Ventes au détail – Points saillants des données financières et d'exploitation**

	2003-2004	2004-2005	2005-2006	2006-2007	2007-2008
Salaires (succursales) en % des ventes	7,1 %	7,0 %	7,0 %	6,8 %	6,8 %
Charges (succursales) en % des ventes	10,3 %	10,4 %	10,3 %	10,0 %	10,0 %
Salaires (succursales) par unité de vente	0,78 \$	0,76 \$	0,76 \$	0,74 \$	0,72 \$
Charges (succursales) par unité de vente	1,13 \$	1,13 \$	1,12 \$	1,08 \$	1,05 \$
Unités vendues par heure	32,3	33,5	34,9	36,7	38,6
Ventes par consommateur	29,38 \$	30,80 \$	31,57 \$	32,41 \$	33,08 \$
Ventes par pied carré	1 800 \$	1 859 \$	1 816 \$	1 898 \$	1 885 \$

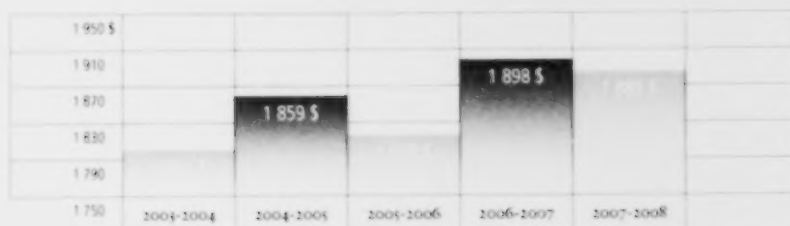
En ce qui concerne la section des ventes au détail, les salaires en succursale en tant que pourcentage des ventes nettes sont restés stables par rapport à l'exercice précédent, à 6,8 pour 100 en 2007-2008. Le ratio des salaires en succursale par unité de vente, à 0,72 \$, était de 0,02 \$ supérieur à l'année dernière et mieux que la valeur prévue de 0,75 \$.

Les dépenses liées aux succursales en tant que pourcentage des ventes est demeuré à 10,0 pour 100, tout juste au-delà des prévisions de 9,9 pour 100. Les dépenses liées aux succursales par unité de vente se sont établies à 1,05 \$, un résultat supérieur à la valeur prévue de 1,10 \$ et une amélioration par rapport à la valeur de 1,08 \$ pour l'exercice 2006-2007.

Les ventes par consommateur ont augmenté de manière importante au cours des cinq derniers exercices, passant de 29,38 \$ en 2003-2004 à 33,08 \$ en 2007-2008. Elles témoignent de la préférence des consommateurs pour des produits haut de gamme. Au cours des cinq dernières années, le taux de ventes par pied carré a augmenté de près de 5 pour 100, s'élevant à 1 885 \$ en 2007-2008. Cela est en deçà des chiffres de l'exercice précédent de 1 898 \$, mais supérieur à la prévision de 1 882 \$.

**Ventes moyennes par consommateur**

## Ventes moyennes par pied carré



En ce qui concerne la section de la logistique, le nombre de caisses manipulées à l'heure est passé à 70 en 2007-2008, une amélioration par rapport aux 68 de l'année dernière, mais en deçà de la cible de 73.

Les charges d'entrepôt par caisse ont augmenté à 1,19 \$ comparativement à 1,14 \$ pour l'exercice précédent. Cette hausse est attribuable à l'augmentation des charges de main-d'œuvre et de fret. Les charges salariales par caisse ont grimpé à 0,98 \$, soit une augmentation de 0,04 \$ par rapport à 2006-2007. Les charges de fret par caisse ont augmenté de 0,05 \$ par rapport à l'année dernière pour s'établir à 1,79 \$. Cette augmentation a été causée par l'accroissement du prix de l'essence.

En tant que pourcentage des ventes, le fret entrant a augmenté depuis 2003-2004, alors que le fret sortant est demeuré stable. Par rapport à l'exercice précédent, chaque valeur est demeurée constante.

## Logistique – Points saillants des données financières et d'exploitation

	2003-2004	2004-2005	2005-2006	2006-2007	2007-2008
Charges salariales (entrepôt) par caisse	0,82 \$	0,90 \$	0,93 \$	0,94 \$	0,98 \$
Charges d'entrepôt par caisse	1,03 \$	1,11 \$	1,16 \$	1,14 \$	1,19 \$
Caisses manipulées par heure	64	62	64	68	70
Charges de distribution par caisse	0,62 \$	0,66 \$	0,68 \$	0,67 \$	0,70 \$
Charges de fret par caisse	1,40 \$	1,52 \$	1,67 \$	1,73 \$	1,79 \$
Fret entrant en tant que % des ventes	2,5 %	2,5 %	2,7 %	2,8 %	2,8 %
Fret sortant en tant que % des ventes	0,7 %	0,7 %	0,7 %	0,7 %	0,7 %

### Depenses en immobilisations

Dans le cadre de notre plan stratégique sur cinq ans visant à aider les clients à découvrir le monde des boissons alcooliques, la plus grande partie de notre budget en immobilisations a été affectée une fois de plus à la mise à niveau de nombreuses succursales en fonction des normes actuelles de l'entreprise, et à l'amélioration du service dans les marchés où une croissance de la population se produit ou est prévue.

(en milliers de dollars)	2003-2004	2004-2005	2005-2006	2006-2007	2007-2008
Ventes au détail	31 896	27 981	39 650	38 292	45 101
Aménagement des succursales et immobilier	351	1 639	1 310	1 025	1 126
Technologie de l'information	6 877	6 917	7 980	7 320	7 709
Logistique	10 158	6 487	2 464	3 332	2 433
Programmes de marketing	1 171	1 355	666	1 225	1 274
Autres divisions administratives	2 981	3 084	2 466	3 022	6 016
Depenses totales en immobilisations	53 434	47 465	54 535	54 217	63 659

### REGARD VERS L'AVENIR

L'exercice financier 2008-2009 en sera un d'accomplissements continus pour la LCBO. Les prévisions de ventes nettes sont de 4,284 milliards de dollars, soit une augmentation de 4,3 pour 100 par rapport à 2007-2008.

On prévoit une hausse de la marge bénéficiaire brute de 3,9 pour 100 (pour atteindre 2,087 milliards de dollars). Par contre, la marge bénéficiaire brute en tant que pourcentage des ventes nettes devrait descendre à 48,7 pour 100, une baisse par rapport au taux de 48,9 pour 100 de 2007-2008, en raison de l'initiative d'harmonisation des spiritueux canadiens et des changements constants dans la gamme de produits.

Le bénéfice net devrait s'accroître pour atteindre 1,420 milliard de dollars en 2008-2009, ce qui représente une augmentation de 45 millions de dollars (3,3 pour 100) sur 12 mois. On atteindra ce résultat grâce à des initiatives de ventes planifiées et au contrôle continu des charges.

La LCBO prévoit hausser le dividende qu'elle verse au gouvernement de l'Ontario pour un 15<sup>e</sup> exercice consécutif. Ce dernier devrait atteindre un sommet historique de 1,400 milliard de dollars, soit 55 millions de dollars de plus qu'au cours de l'exercice financier 2007-2008.

## RESPONSABILITÉ QUANT À L'INFORMATION FINANCIÈRE



La préparation, la présentation et l'intégrité des états financiers incombent à la direction. Les états financiers ci-joints de la Régie des alcools de l'Ontario (LCBO) ont été préparés conformément aux principes comptables généralement reconnus du Canada. Ils comprennent des montants fondés sur les meilleures estimations et le jugement de la direction.

La direction tient un système de contrôles internes visant à assurer, d'une part, la protection, avec une assurance raisonnable, des éléments d'actif et, d'autre part, la disponibilité de données financières fiables au moment opportun. Le système comprend un ensemble de politiques et de procédures et une structure organisationnelle qui prévoit la délégation de pouvoirs aux personnes ou services compétents et la séparation des responsabilités. Le service de vérification interne évalue constamment et de façon indépendante l'efficacité de ces mécanismes de contrôle interne et communique ses conclusions à la direction et au comité de vérification du conseil d'administration.

Le conseil d'administration, par l'intermédiaire du comité de vérification, est chargé de veiller à ce que la direction assume ses responsabilités en matière d'information financière et de contrôles internes. Le comité de vérification, qui comprend trois membres qui ne sont ni des employés ni des dirigeants de la LCBO, rencontre à intervalles réguliers les cadres, les vérificateurs internes et le Bureau du vérificateur général pour s'assurer que chaque groupe s'est bel et bien acquitté de ses responsabilités respectives.

Le Bureau du vérificateur général, qui a vérifié les états financiers, a pour mandat d'exprimer une opinion sur la question de savoir si les états financiers sont présentés d'une façon conforme aux principes comptables généralement reconnus du Canada. Le rapport du vérificateur explique brièvement la nature de son examen et exprime son opinion sur cette question.

Au nom de la direction :

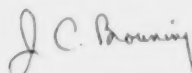
*Le président-directeur général,*



N. ROBERT PETER

Le 11 juin 2008

*Le vice-président principal, Finances et administration,  
et chef des Services financiers,*



J. ALEX BROWNING



## RAPPORT DU VÉRIFICATEUR



À la Régie des alcools de l'Ontario et au ministre des Finances

J'ai vérifié le bilan de la Régie des alcools de l'Ontario au 31 mars 2008, ainsi que l'état des résultats et des bénéfices non répartis et des flux de trésorerie pour l'exercice terminé à cette date. La responsabilité de ces états financiers incombe à la direction de la Régie. Ma responsabilité consiste à exprimer une opinion sur ces états financiers en me fondant sur ma vérification.

Ma vérification a été effectuée conformément aux normes de vérification généralement reconnues du Canada. Ces normes exigent que la vérification soit planifiée et exécutée de manière à fournir l'assurance raisonnable que les états financiers sont exempts d'inexactitudes importantes. La vérification comprend le contrôle par sondages des éléments probants à l'appui des montants et des autres éléments d'information fournis dans les états financiers. Elle comprend également l'évaluation des principes comptables suivis et des estimations importantes faites par la direction, ainsi qu'une appréciation de la présentation d'ensemble des états financiers.

À mon avis, ces états financiers donnent, à tous les égards importants, une image fidèle de la situation financière de la Régie au 31 mars 2008 ainsi que des résultats de son exploitation et de ses flux de trésorerie pour l'exercice terminé à cette date selon les principes comptables généralement reconnus du Canada.

29



JIM McCARTER, CA

*Vérificateur général*

*Expert-comptable autorisé*

Toronto (Ontario)

Le 11 juin 2008

# BILAN



AU 31 MARS 2008

(en milliers de dollars)

2008

2007

## ACTIF

### Actif à court terme

Trésorerie et équivalents	141 652	135 785
Débiteurs, échanges et autres	26 124	24 042
Stocks	335 355	320 675
Charges payées d'avance	18 403	20 017
	<u>521 534</u>	<u>500 519</u>

### Actif à long terme

Immobilisations (NOTE 5)	247 559	233 073
	<u>769 093</u>	<u>733 592</u>

## PASSIF ET BÉNÉFICES NON REPARTIS

### Passif à court terme

Créditeurs et charges à payer	363 421	361 785
Tranche de l'obligation au titre des prestations constituées échéant à moins d'un an (NOTE 5)	12 825	11 943
	<u>376 246</u>	<u>373 728</u>

### Passif à long terme

Obligation au titre des prestations constituées (NOTE 5)	52 609	48 983
Bénéfices non répartis	340 238	310 881
	<u>769 093</u>	<u>733 592</u>

Engagements et éventualités (Notes 6 et 8)

Voir les notes afférentes aux états financiers

Approuvé par :

Le président du conseil

Membre du conseil et  
présidente du comité de vérification

# ÉTAT DES RÉSULTATS ET DES BÉNÉFICES NON RÉPARTIS



POUR L'EXERCICE AYANT PRIS FIN LE 31 MARS 2008

(en milliers de dollars)

	2008	2007
<b>Ventes et autres revenus</b>	4 133 191	3 922 648
<b>Frais et charges</b>		
Coût des produits vendus	2 099 405	1 989 297
Succursales de vente au détail et commercialisation	433 093	423 276
Entreposage et distribution	84 023	79 553
Administration	93 556	80 688
Amortissement	48 757	49 233
	<u>2 758 834</u>	<u>2 622 047</u>
<b>Bénéfice net de l'exercice</b>	1 374 357	1 300 601
<b>Bénéfices non répartis en début d'exercice</b>	310 881	289 980
	<u>1 685 238</u>	<u>1 590 581</u>
<b>Déductions</b>		
Dividende versé à la province de l'Ontario	1 340 000	1 275 000
Paiements aux municipalités pour le compte de la province de l'Ontario (NOTE 9)	5 000	4 700
	<u>1 345 000</u>	<u>1 279 700</u>
<b>Bénéfices non répartis en fin d'exercice</b>	340 238	310 881

Voir les notes afférentes aux états financiers.

# ÉTAT DES FLUX DE TRÉSORERIE



POUR L'EXERCICE AYANT PRIS FIN LE 31 MARS 2008

(en millions de dollars)

	2008	2007
<b>Flux de trésorerie provenant de l'exploitation</b>		
Bénéfice net	1 374 357	1 300 601
Amortissement	48 757	49 233
Perte (gain) sur vente d'immobilisations	407	(2 060)
	<u>1 423 521</u>	<u>1 347 774</u>
Variation nette des postes hors-caisse		
Fonds de roulement	(13 512)	(3 767)
Obligation au titre des prestations constituées	4 508	14 492
	<u>1 414 517</u>	<u>1 358 499</u>
<b>Encaisse pour investissements</b>		
Acquisition d'immobilisations	(63 659)	(54 217)
Produits de la vente d'immobilisations	9	2 673
	<u>(63 650)</u>	<u>(51 544)</u>
<b>Encaisse pour activités de financement</b>		
Dividende versé à la province de l'Ontario	(1 340 000)	(1 275 000)
Paiements aux municipalités pour le compte de la province de l'Ontario	(5 000)	(4 700)
	<u>(1 345 000)</u>	<u>(1 279 700)</u>
<b>Augmentation de l'encaisse en cours d'exercice</b>	5 867	27 255
<b>Trésorerie et équivalents en début d'exercice</b>	<u>135 785</u>	<u>108 530</u>
<b>Trésorerie et équivalents en fin d'exercice</b>	<u>141 652</u>	<u>135 785</u>

Voir les notes afférentes aux états financiers.

# NOTES AFFÉRENTES AUX ÉTATS FINANCIERS



31 MARS 2008

## 1. NATURE DE LA SOCIÉTÉ

La Régie des alcools de l'Ontario (Régie) est une société sans capital-actions constituée en vertu de la *Loi sur les alcools*, qui constitue le chapitre L.18 des Lois refondues de l'Ontario de 1990. La société est une entreprise du gouvernement chargée de régir la production, l'importation, la distribution et la vente des boissons alcooliques dans la province de l'Ontario. Une société d'État, la Régie est exempte d'impôts sur le revenu aux termes de l'alinéa 149 (1) d) de la *Loi de l'impôt sur le revenu* (Canada). La Régie verse la plupart de ses profits sous forme de dividende au Trésor de l'Ontario.

## 2. PRINCIPALES CONVENTIONS COMPTABLES

### a) Méthode comptable

Les états financiers de la Régie sont préparés conformément aux principes comptables généralement reconnus du Canada.

### b) Utilisation des prévisions

La préparation des états financiers exige l'utilisation, par la direction, de données estimatives et d'hypothèses qui influent sur le montant déclaré des actifs et des passifs à la date des états financiers et sur les montants déclarés des revenus et des charges pendant la période comptable visée. Les données réelles pourraient différer de ces données estimatives.

**c) Instruments financiers**

La Régie a adopté les nouvelles normes comptables de l'Institut Canadien des Comptables Agréés (ICCA) applicables aux instruments financiers. Ces normes fournissent des indications sur la comptabilisation et l'évaluation des actifs et des passifs financiers, ainsi que sur la comptabilisation des gains et des pertes attribuables aux instruments financiers. Ces normes établissent cinq catégories d'instruments financiers : détenus à des fins de transaction; détenus jusqu'à leur échéance; prêts et créances; actifs financiers disponibles à la vente; et autres passifs financiers.

En vertu des nouvelles normes, tous les instruments financiers doivent être évalués à leur juste valeur lors de la comptabilisation initiale, sauf dans le cas de certaines opérations entre apparentés. À la suite de leur comptabilisation initiale, les instruments financiers doivent être évalués à leur juste valeur, sauf en ce qui concerne les actifs financiers détenus jusqu'à leur échéance, les prêts et créances et les autres passifs financiers, qui sont évalués au coût ou au coût après amortissement selon la méthode du taux d'intérêt effectif.

Conformément aux nouvelles normes, les actifs et les passifs financiers de la Régie sont généralement classés comme suit :

- la trésorerie et les équivalents sont classés comme étant détenus à des fins de transaction et comptabilisés selon leur juste valeur;
- les débiteurs, les échanges et autres sont classés comme étant des prêts et créances et sont évalués au coût après amortissement, qui approche la juste valeur étant donné que leur échéance est à court terme;
- les créditeurs et charges à payer sont classés comme étant d'autres passifs financiers et sont comptabilisés au coût après amortissement.

**d) Trésorerie et équivalents**

La trésorerie et les équivalents comprennent les espèces et les placements facilement négociables venant initialement à échéance dans moins de 90 jours.

La politique de placement de la Régie limite les investissements à court terme aux titres de placements liquides facilement négociables tels que les bons du Trésor fédéral/provincial, les acceptations bancaires et les dépôts à terme.

**e) Stocks**

Les stocks sont comptabilisés au plus faible du coût et de la valeur nette de réalisation. Le coût est établi selon la méthode de la moyenne mobile.

**f) Immobilisations**

Les principales dépenses en immobilisations dont la durée d'utilisation excède l'exercice en cours sont capitalisées au prix coûtant et amorties selon la méthode linéaire de durée d'utilisation prévue, comme suit :

Bâtiments	20 ans
Mobilier et agencements	5 ans
Améliorations locatives	5 ans ou 10 ans
Matériel informatique	3 ans ou 4 ans

Les dépenses mineures en immobilisations et les frais de réparation et d'entretien sont portés au compte des bénéfices.

#### g) Constatation des produits

Les produits sont comptabilisés au moment de la vente des produits aux consommateurs.

#### h) Constatation des charges

Les charges sont comptabilisées, au fur et à mesure, selon la comptabilité d'exercice, dans l'exercice au cours duquel elles sont engagées.

### 3. OBLIGATION AU TITRE DES PRESTATIONS CONSTITUÉES

L'obligation au titre des prestations constituées comprend les charges des indemnités de cessation d'emploi à payer, les engagements d'indemnité d'accident du travail non capitalisés et les droits à congés annuels accumulés.

Pour l'exercice ayant pris fin le 31 mars 2008, le coût de ces avantages sociaux futurs a été de 13,3 millions de dollars (23,2 millions de dollars en 2007). Il est inscrit au poste des Frais et charges de l'État des résultats et des bénéfices non répartis. L'obligation au titre des prestations constituées représentait, au 31 mars 2008, 65,4 millions de dollars (60,9 millions de dollars en 2007), dont 12,8 millions de dollars (11,9 millions de dollars en 2007) sont inscrits au poste du passif à court terme.

Le coût des avantages postérieurs au départ à la retraite et non liés au régime de retraite est pris en charge par le ministère des Services gouvernementaux et des Services aux consommateurs. Il n'est pas inclus dans l'État des résultats et des bénéfices non répartis.

### 4. RÉGIME DE RETRAITE

La Régie assure des prestations de retraite à tous ses employés permanents (et à ses employés non permanents qui désirent cotiser) par sa participation à la Caisse de retraite des fonctionnaires et au Régime de retraite du Syndicat des employé-e-s de la fonction publique de l'Ontario, des régimes de retraite interentreprises à prestations déterminées mis sur pied par le gouvernement de l'Ontario. Ces régimes sont comptabilisés à titre de régimes de retraite à cotisations déterminées, car la Régie n'a pas suffisamment d'information permettant de les comptabiliser comme régimes à prestations déterminées. Les charges représentent le montant que la Régie a cotisé aux régimes de retraite au cours de l'année.

Pour l'exercice ayant pris fin le 31 mars 2008, la charge a été de 17,1 millions de dollars (15,9 millions de dollars en 2007). Elle est inscrite au poste des Frais et charges de l'État des résultats et des bénéfices non répartis.

## 5. IMMOBILISATIONS

(en millions de dollars)		2008		2007	
	Coût	Amortissement cumulé	Valeur comptable nette	Valeur comptable nette	
Terrains	13 139	—	13 139	13 139	
Bâtiments	342 356	239 496	102 860	101 968	
Mobilier et agencements	97 581	59 899	37 682	30 858	
Améliorations locatives	247 524	190 670	56 854	58 732	
Matériel informatique	119 281	82 257	37 024	28 376	
	<u>819 881</u>	<u>572 322</u>	<u>247 559</u>	<u>233 073</u>	

## 6. ENGAGEMENTS DE LOCATION

La Régie s'est engagée par contrat de location-exploitation à louer des locaux dont les versements minimaux de loyer sont établis de la façon suivante :

(en millions de dollars)

2009	47 457
2010	46 121
2011	44 059
2012	40 749
2013	37 672
Années ultérieures	<u>287 309</u>
	<u>503 367</u>

## 7. INSTRUMENTS FINANCIERS

Les instruments financiers de la Régie comprennent la trésorerie et les équivalents, les débiteurs, les créditeurs et les charges à payer. La valeur comptable de ces instruments approche la juste valeur en raison de l'échéance à court terme de ces instruments.

La direction est d'avis que la Régie n'est pas exposée à des risques importants de taux d'intérêt, de change ou de crédit découlant de ces instruments financiers. En vue de gérer les risques de change liés à ses achats auprès de fournisseurs étrangers, la Régie est autorisée à conclure des contrats de change à terme, lesquels sont des engagements d'achat de devises étrangères à une date ultérieure prédéterminée et à un taux stipulé d'avance. Au 31 mars 2008, la Régie avait conclu des contrats de change à terme d'une valeur de 5,2 millions de dollars (0 dollar en 2007).



Le risque de crédit est le risque qu'une partie à un contrat de change à terme ne s'acquitte pas de ses obligations et qu'il en résulte une perte monétaire pour la Régie. La Régie réduit le plus possible ses risques de crédit en ne faisant affaire qu'avec les principales banques à charte canadiennes et les filiales canadiennes des principales banques étrangères.

Les instruments dérivés incorporés (dispositions contractuelles qui entraînent des flux de trésorerie indépendants de ceux découlant du contrat hôte) doivent être séparés et évalués à leur juste valeur respective, sauf dans certains cas. Lorsque la Régie passe des contrats d'acquisition de stocks dans une devise fonctionnelle autre que le dollar canadien ou que celle qu'utilise le fournisseur, cela peut donner lieu à un instrument dérivé incorporé. Pour l'exercice ayant pris fin le 31 mars 2008, la direction a passé ces contrats en revue et a déterminé que la Régie n'avait pas d'instruments dérivés incorporés importants nécessitant une comptabilisation et une divulgation distinctes.

## B. ÉVENTUALITÉS

La Régie est touchée par diverses actions en justice rattachées à l'exercice normal des activités d'une entreprise. Il est impossible de prédire à l'heure actuelle l'issue et le règlement définitifs de ces actions. Voilà pourquoi les états financiers ne comprennent aucune provision à l'égard de ces actions. S'il y a lieu, les règlements concernant ces éventualités seront comptabilisés dans l'exercice au cours duquel ils auront lieu.

## 9. PAIEMENTS AUX MUNICIPALITÉS

Au cours des exercices précédents, la province a demandé à la Régie d'aider les municipalités à payer leurs coûts de recyclage de contenants. La Régie leur a versé 4,7 millions de dollars à cette fin au cours de l'exercice ayant pris fin le 31 mars 2007. Pour l'exercice ayant pris fin le 31 mars 2008, la province a demandé à la Régie de verser aux municipalités une contribution de 5 millions de dollars pour les aider à payer les coûts de transition associés à la mise en œuvre du Programme de consignation de l'Ontario. La province a également demandé à la Régie de verser aux municipalités une contribution de 5 millions de dollars au cours de l'exercice se terminant le 31 mars 2009.

37

## 10. PROGRAMME DE CONSIGNATION DE L'ONTARIO

Le 6 novembre 2006, le gouvernement de l'Ontario a conclu une entente avec Brewers Retail Inc. (BRI) pour la gestion d'un programme provincial de consignation des contenants de vin, de spiritueux et de bière vendus par la Régie et les magasins de vente au détail des établissements vinicoles, des microbrasseries et des distilleries. BRI est le fournisseur exclusif de ce service pour une période de cinq ans commençant le 5 février 2007.

Dans le cadre du programme, la Régie perçoit une consigne de 10 ou 20 cents sur les contenants de vin, de spiritueux et de bière. La Régie rembourse à BRI les montants qu'il verse aux consommateurs qui rapportent des contenants aux lieux de retour et lui verse des droits pour la prestation du service. En outre, conformément aux directives du gouvernement, la Régie dépensera 7,5 millions de dollars au cours des deux premières années d'application de l'entente pour faire la promotion du programme.

Pour l'exercice ayant pris fin le 31 mars 2008, les consignes perçues par la Régie ont atteint 55,7 millions de dollars (6,3 millions de dollars en 2007). BRI a facturé à la Régie un montant de 37 millions de dollars (3,8 millions de dollars en 2007) pour les remboursements accordés aux consommateurs.

Pour l'exercice ayant pris fin le 31 mars 2008, les dépenses liées au programme ont atteint 24,6 millions de dollars (2,5 millions de dollars en 2007) pour les droits versés à BRI relativement à la prestation du service et 0,8 million de dollars (5,8 millions de dollars en 2007) pour la promotion du programme. Ces dépenses sont inscrites au poste Administration de l'État des résultats et des bénéfices non répartis.

La Régie a constaté que les consommateurs ne demandent pas tous le remboursement de la consigne auquel ils ont droit. D'après les données sur le remboursement et l'expérience de l'industrie, la Régie a déterminé qu'une partie des consignes perçues ne seront pas remboursées. Par conséquent, pour l'exercice ayant pris fin le 31 mars 2008, la Régie a réduit les dépenses liées au programme de 8,2 millions de dollars (0 dollar en 2007) en raison du non-remboursement des consignes.

## 11. MODIFICATIONS FUTURES DES CONVENTIONS COMPTABLES

*Normes internationales d'information financière* : En février 2008, le Conseil des normes comptables a confirmé que les principes comptables généralement reconnus (PCGR) du Canada applicables aux entreprises ayant une obligation publique de rendre des comptes seraient fusionnés avec les Normes internationales d'information financière (IFRS) à compter de l'année civile 2011 et que l'adoption anticipée de ces normes serait permise à compter de l'année civile 2009. Les normes IFRS reposent sur un cadre conceptuel semblable à celui des PCGR du Canada, mais il y a des différences sur le plan de la comptabilisation, de l'évaluation et des informations à fournir. La Régie évalue actuellement l'incidence de l'adoption des normes IFRS sur ses états financiers.

De plus, les normes suivantes seront en vigueur pour l'exercice prenant fin le 31 mars 2009 :

*Instrumental Financials - Information à fournir et présentation* : Les nouvelles normes exigent qu'on fournisse davantage d'informations sur les risques associés aux instruments financiers et la gestion de ces risques. En outre, elles fourniront des indications supplémentaires sur la classification et la présentation des instruments financiers et des instruments dérivés non financiers.

**Stocks** La nouvelle norme fournit des indications sur la détermination du coût et exige que les stocks soient évalués au plus faible du coût et de la valeur nette de réalisation. Le coût des stocks doit être déterminé en utilisant soit la méthode du premier entré, premier sorti, soit la méthode du coût moyen pondéré et comprend les coûts liés aux produits et les autres coûts engagés pour amener les stocks à leur endroit actuel et les mettre dans leur état actuel. En cas de remontée de la valeur des stocks, on reprend les dépréciations qui visaient à les ramener à leur valeur nette de réalisation. Enfin, la nouvelle norme exige qu'on fournisse des informations supplémentaires.

**Informations à fournir concernant le capital** L'ICCA a publié de nouvelles normes comptables sur les informations à fournir concernant le capital d'une entité et la façon dont il est géré. Ces normes exigent qu'on fournisse des informations sur les objectifs, les politiques et les processus de gestion du capital d'une entité, ainsi que sur la conformité et la non-conformité de l'entité aux exigences applicables au capital.

La Régie évalue actuellement l'incidence de ces normes sur ses états financiers.

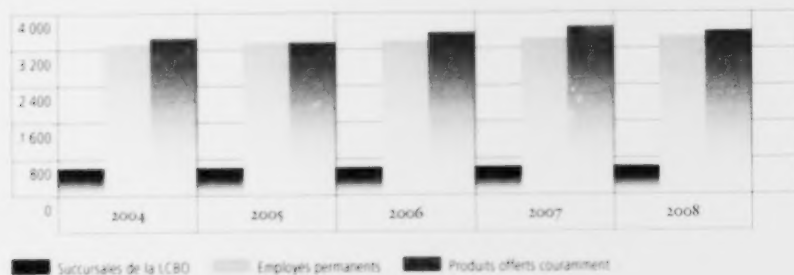
## APERÇU FINANCIER



### INDICATEURS CLÉS 2004-2008

#### Exploitation

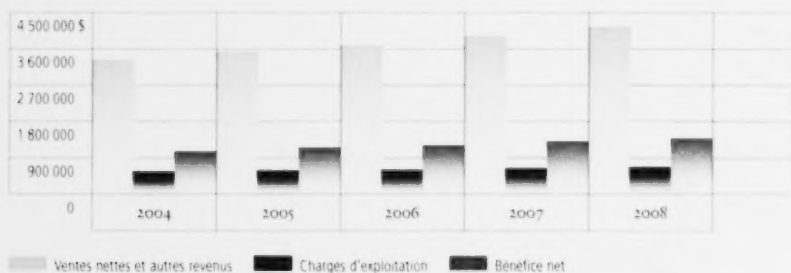
	2004	2005	2006	2007	2008
Nombre de succursales de la LCBO	598	597	598	601	604
Nombre d'employés permanents	3 320	3 352	3 382	3 421	3 462
Nombre de produits offerts couramment	3 449	3 349	3 556	3 674	3 578



## INDICATEURS FINANCIERS : 2004-2008

## Situation financière (en millions de dollars)

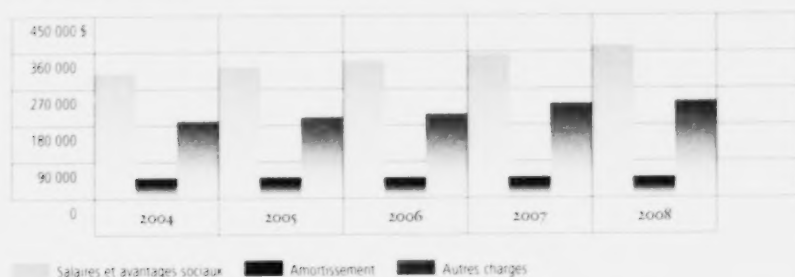
	2004	2005	2006	2007	2008
Ventes nettes et autres revenus	3 320 681	3 532 171	3 682 919	3 922 648	4 133 191
Variation par rapport à l'exercice précédent	6,5 %	6,4 %	4,3 %	6,5 %	5,4 %
Charges d'exploitation	548 778	575 336	592 963	632 750	659 429
en % des ventes nettes et autres revenus	16,5 %	16,3 %	16,1 %	16,1 %	16,0 %
Bénéfice net	1 045 428	1 146 810	1 204 344	1 300 601	1 374 357
en % des ventes nettes et autres revenus	31,5 %	32,5 %	32,7 %	33,2 %	33,3 %



CHARGES D'EXPLOITATION : 2004-2008

Répartition des charges d'exploitation (en milliers de dollars)

	2004	2005	2006	2007	2008
Salaires et avantages sociaux	308 887	325 369	337 969	352 960	373 864
Amortissement	49 917	50 703	49 099	49 233	48 757
Autres charges	189 974	199 264	205 895	230 557	236 808
Total des charges d'exploitation	548 778	575 336	592 963	632 750	659 429



## PAIEMENTS FISCAUX

**Trésorier de l'Ontario** (en milliers de dollars)

	2004	2005	2006	2007	2008
Versés par la LCBO :					
sur compte des bénéfices	1 040 000	1 115 000	1 200 000	1 279 700	1 345 000
Versés par la LCBO :					
TVP perçue sur les ventes d'alcool	308 134	328 753	341 773	363 338	382 631
Versés par la Commission des					
alcools et des jeux :					
sur comptes de permis et					
droits payés par les titulaires	487 589	488 988	516 444	499 373	505 980
Versés par d'autres :					
TVP perçue par les magasins					
The Beer Store et les boutiques des					
établissements vinicoles de l'Ontario	196 733	197 890	213 264	206 405	211 812
TVP perçue par les magasins-agences	7 582	9 076	9 697	10 404	11 429
Total	2 040 037	2 139 707	2 281 177	2 359 220	2 456 851

**Receveur général du Canada** (en milliers de dollars)

	2004	2005	2006	2007	2008
Versés par la LCBO :					
Taxe d'accise et droits de douane	307 366	308 514	321 350	332 839	339 202
Taxe sur les produits et services	103 464	119 444	124 978	119 185	119 283
Versés par d'autres :					
Taxe d'accise, TPS et autres taxes					
et droits	347 231	329 810	360 779	344 134	349 419
TPS perçue par les magasins-agences	4 423	5 294	5 656	5 381	5 557
Total	762 484	763 062	812 763	801 539	813 461

**Municipalités de l'Ontario** (en milliers de dollars)

	2004	2005	2006	2007	2008
Versés par la LCBO :					
Impôts fonciers*	12 280	13 678	14 848	15 243	15 792
Total des paiements fiscaux	2 814 801	2 916 447	3 108 788	3 176 002	3 286 104

\* Remarque : Inclut les impôts fonciers sur les propriétés louées.

## VOLUME DES VENTES (en milliers de litres)

Catégorie de produit	2004	2005	2006	2007	2008	Variation
Spiritueux canadiens	33 520	33 845	34 501	34 379	34 156	-0,6 %
Spiritueux importés	20 293	21 099	21 637	22 001	22 927	4,2 %
Total des spiritueux	53 813	54 944	56 138	56 380	57 083	1,2 %
Vins canadiens	30 948	32 528	33 491	34 337	35 521	3,4 %
Vins importés	70 118	75 150	78 528	83 575	86 847	3,9 %
Total des vins	101 066	107 678	112 018	117 912	122 368	3,8 %
Bières canadiennes	84 891	82 273	81 373	85 641	91 592	6,9 %
Bières importées	98 388	99 228	107 422	114 463	122 817	7,3 %
Total des bières	183 279	181 501	188 795	200 104	214 409	7,1 %
Coolers à base de spiritueux canadiens	26 958	26 569	26 019	24 359	23 682	-2,8 %
Coolers à base de spiritueux importés	5 458	4 710	4 585	4 834	6 082	25,8 %
Coolers à base de vin canadiens	233	136	113	62	0	-99,6 %
Coolers à base de vin importés	253	236	328	313	266	-15,2 %
Coolers à base de bière canadiens	319	581	641	556	572	2,9 %
Coolers à base de bière importés	153	51	96	207	193	-7,0 %
Total des coolers	33 374	32 282	31 782	30 332	30 795	1,5 %
Total des produits canadiens	176 869	175 933	176 137	179 335	185 523	3,5 %
Total des produits importés	194 663	200 473	212 596	225 393	239 131	6,1 %
Total	371 532	376 406	388 733	404 728	424 655	4,9 %
Catégorie de produit	2004	2005	2006	2007	2008	
Ventes par les boutiques des établissements vinicoles de l'Ontario	17 327	17 926	18 751	19 338	20 046	3,7 %
Ventes par The Beer Store et les boutiques sur place des brasseries	660 077	651 593	680 843	672 826	680 237	1,1 %

Remarque : Les chiffres des ventes de 2008 pour les boutiques des établissements vinicoles de l'Ontario, The Beer Store (TBS) et les boutiques sur place des brasseries ne sont pas vérifiées et sous-estiment les ventes totales en raison des différents brasseurs qui n'avaient pas effectué de déclaration au moment de la publication : les chiffres des ventes de bière comprennent les ventes de la LCBO à TBS. Parmi les ventes totales de bière de la LCBO, 67 980 950 litres ont été vendus à TBS. Les chiffres des exercices antérieurs sont retraités tous les ans pour refléter les changements apportés à la gamme des produits.



REPARTITION DU VOLUME DES VENTES

2007-2008	Litres (en milliers)	% du total
Spiritueux	57 083	13 %
Vin	122 368	29 %
Bière	214 409	50 %
Coolers	30 795	8 %
	424 655	100 %

## VALEUR DES VENTES (en milliers de dollars)

Catégorie de produit	2004	2005	2006	2007	2008	Variation
Spiritueux canadiens	781 699	813 997	834 655	866 917	875 381	1,0 %
Spiritueux importés	540 104	577 761	606 632	645 897	686 762	6,3 %
Total des spiritueux	1 321 802	1 391 758	1 441 287	1 512 814	1 562 143	3,3 %
Vins canadiens	266 297	287 631	297 185	318 119	338 805	6,5 %
Vins importés	859 107	945 407	1 005 253	1 108 826	1 180 669	6,5 %
Total des vins	1 125 404	1 233 039	1 302 438	1 426 945	1 519 474	6,5 %
Bières canadiennes	303 648	301 607	297 216	310 679	332 359	7,0 %
Bières importées	372 241	403 456	444 258	473 834	514 442	8,6 %
Total des bières	675 889	705 063	741 474	784 513	846 801	7,9 %
Coolers à base de spiritueux canadiens	133 979	136 221	133 721	129 511	130 523	0,8 %
Coolers à base de spiritueux importés	30 137	26 968	27 524	28 552	36 631	28,3 %
Coolers à base de vin canadiens	914	552	470	260	1	-99,7 %
Coolers à base de vin importés	1 402	1 309	1 915	1 906	1 702	-10,7 %
Coolers à base de bière canadiens	1 483	2 762	3 006	2 557	2 675	4,6 %
Coolers à base de bière importés	543	213	400	1 223	946	-22,6 %
Total des coolers	168 458	168 024	167 034	164 008	172 478	5,2 %
Total des produits canadiens	1 488 019	1 542 769	1 566 254	1 628 042	1 679 744	3,2 %
Total des produits importés	1 803 534	1 955 115	2 085 981	2 260 238	2 421 151	7,1 %
Produits non alcooliques et autres	6 344	7 499	7 201	6 316	6 391	1,2 %
Total	3 297 897	3 505 383	3 659 436	3 894 596	4 107 286	5,5 %
Catégorie de produit	2004	2005	2006	2007	2008	
Ventes par les boutiques des établissements vinicoles de l'Ontario	153 621	164 155	176 214	187 385	198 602	6,3 %
Ventes par The Beer Store et les boutiques sur place des brasseries	2 160 539	2 161 707	2 229 642	2 204 814	2 243 929	-1,1 %

Remarque : Les chiffres des ventes de 2008 pour les boutiques des établissements vinicoles de l'Ontario, The Beer Store (TBS) et les boutiques sur place des brasseries ne sont pas vérifiées et sous-estiment les ventes totales en raison des différents brasseurs qui n'avaient pas effectué de déclaration au moment de la publication. La valeur des ventes représente les ventes nettes de la LCBO et des boutiques des établissements vinicoles de l'Ontario. Les chiffres des ventes de bière comprennent les ventes de la LCBO à TBS, lesquelles représentent ici 286 749 059 \$. Les chiffres des exercices antérieurs sont retraités tous les ans pour refléter les changements apportés à la gamme des produits.

## RÉPARTITION DE LA VALEUR DES VENTES

2007-2008	(en milliers de dollars)	% du total
Spiritueux	1 562 143	38 %
Vin	1 519 474	37 %
Bière	846 801	21 %
Coolers	172 478	4 %
	4 100 895	100 %

## RÉPERTOIRE DES PRODUITS

	2004	2005	2006	2007	2008
<b>Canadiens</b>					
Spiritueux	472	430	442	440	440
Vins	432	434	447	450	463
Bières	473	433	494	491	477
<b>Importés</b>					
Spiritueux	691	680	737	761	674
Vins	1 124	1 143	1 151	1 225	1 208
Bières	257	229	285	307	316
Total des produits courants	3 449	3 349	3 556	3 674	3 578
Vins et spiritueux de VINTAGES	4 250	4 464	5 953	5 633	6 927
Produits hors taxes	221	229	234	231	231
Entrepôt de consignment et commandes privées	7 286	8 204	9 483	9 225	9 434
Nombre total de produits	15 206	16 246	19 226	18 763	20 170

Remarque : Les chiffres de la catégorie « Entrepôt de consignment et commandes privées » sont des estimations faites à partir des factures produites par les Services spéciaux. Le total ne comprend pas les produits qui ont été retirés du répertoire au cours de l'exercice financier.

## SOMMAIRE DES VENTES EN ONTARIO PAR CANAL (en milliers de dollars)

	2004	2005	2006	2007	2008
Ventes totales de la LCBO	3 857 394	4 101 684	4 284 222	4 530 392	4 724 138
Ventes totales de The Beer Store	2 638 488	2 639 319	2 686 509	2 647 897	2 719 131
Boutiques des établissements vinicoles	182 349	195 280	208 452	227 768	233 940
Autres canaux :					
Ventes légales	667 687	702 261	641 091	598 853	641 290
Fabrication maison	148 163	157 301	153 239	142 626	155 607
Ventes illégales	442 971	523 572	550 219	661 356	680 741
Total global	7 937 052	8 319 418	8 523 732	8 808 892	9 154 848

Remarque : Tous les chiffres ci-dessus représentent les ventes brutes. Les chiffres des ventes de 2007 pour The Beer Store (TBS) ont été redressés pour refléter les données révisées de TBS. Les valeurs des ventes rapportées dans la catégorie « Autres canaux » sont estimées en utilisant le prix de détail moyen des spiritueux, des vins et des bières vendus par la LCBO, les boutiques des établissements vinicoles et TBS respectivement. Les chiffres de la LCBO et de TBS sont légèrement amplifiés en raison des ventes mutuelles comprises dans les totaux. Ces ventes sont exclues du tableau ci-dessous.

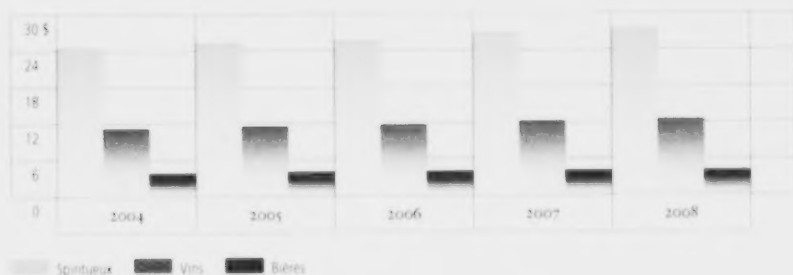
# PARTS DU MARCHÉ DES BOISSONS ALCOOLIQUES DE L'ONTARIO

	2007-2008	2006-2007
LCBO	50,8 %	50,7 %
The Beer Store	29,5 %	29,9 %
Autres ventes légales	9,2 %	8,8 %
Ventes illégales	7,8 %	7,9 %
Boutiques des établissements vinicoles	2,7 %	2,7 %

## VENTES NETTES MOYENNES PAR LITRE DE LA LCBO (les prix excluent la TPS et la TVP)

Catégorie de produit	2004	2005	2006	2007	2008
Spiritueux	24,56 \$	25,33 \$	25,67 \$	26,83 \$	27,37 \$
Vins	11,14 \$	11,45 \$	11,63 \$	12,10 \$	12,42 \$
Bières	3,69 \$	3,88 \$	3,93 \$	3,92 \$	3,95 \$
Valeur moyenne d'une transaction client	32,97 \$	34,52 \$	35,55 \$	36,42 \$	37,32 \$

Remarque : Comprend les coolers



## DISTRIBUTION DES REVENUS

	Spiritueux canadiens	Vins 100 % canadiens	Bières canadiennes
Fournisseur	21 %	45 %	42 %
Gouvernement fédéral	19 %	4 %	11 %
Gouvernement provincial	60 %	51 %	40 %
Consigne*			7 %

\* Remarque : La consigne perçue lors de la vente des vins et des spiritueux est comptabilisée comme élément du passif et non comme revenu

## VOLUME DES VENTES DE LA LCBO PAR CATÉGORIE

Les tableaux ci-dessous montrent la part du volume de ventes (en litres) détenue par différents segments au sein des principales catégories de produits.

	2004	2005	2006	2007	2008
<b>Spiritueux canadiens</b>					
Whisky canadien	17,5 %	17,6 %	17,4 %	17,4 %	16,8 %
Rhum canadien	8,5 %	8,7 %	8,8 %	8,8 %	8,7 %
Vodka canadienne	9,0 %	9,1 %	9,7 %	10,0 %	9,9 %
Liqueur canadienne	2,1 %	2,3 %	2,4 %	2,5 %	2,5 %
Cooler à base de spiritueux	31,3 %	30,9 %	30,1 %	28,5 %	27,3 %
Dry gin canadien	0,9 %	0,9 %	0,8 %	0,8 %	0,8 %
Autres	0,8 %	0,6 %	0,6 %	0,5 %	0,8 %
<b>Spiritueux importés</b>					
Scotch	4,5 %	4,6 %	4,5 %	4,5 %	4,4 %
Liqueur	3,9 %	3,9 %	3,8 %	3,9 %	3,4 %
Boissons alcooliques diverses	3,0 %	3,1 %	3,1 %	3,4 %	3,9 %
Vodka	4,4 %	4,8 %	5,0 %	5,5 %	6,2 %
Brandy français	2,1 %	2,1 %	2,1 %	2,1 %	2,0 %
Cooler à base de spiritueux	6,3 %	5,5 %	5,3 %	5,7 %	7,0 %
Autres	5,8 %	6,1 %	6,4 %	6,4 %	6,3 %
Total des spiritueux (en milliers de litres)	86 062	86 035	86 527	85 348	86 621
<b>Vins canadiens</b>					
Vin de table blanc	14,9 %	14,6 %	14,5 %	14,2 %	14,3 %
Vin de table rouge	9,0 %	9,2 %	9,1 %	9,1 %	9,2 %
Vin de table rosé	1,0 %	1,0 %	1,0 %	1,0 %	1,0 %
Vin pétillant 7 %	1,5 %	1,4 %	1,3 %	1,2 %	1,2 %
Vin fortifié	1,5 %	1,5 %	1,3 %	1,2 %	1,1 %
Cooler à base de vin	0,2 %	0,1 %	0,1 %	0,1 %	0,0 %
Autres	1,6 %	1,3 %	1,2 %	1,1 %	1,1 %
<b>Vins importés</b>					
Vin de table blanc	23,7 %	22,9 %	22,9 %	22,5 %	22,6 %
Vin de table rouge	35,7 %	37,6 %	38,3 %	39,3 %	39,6 %
Vin de table rosé	2,0 %	1,7 %	1,6 %	1,4 %	0,7 %
Vin pétillant	2,3 %	2,2 %	2,2 %	2,2 %	2,3 %
Vin fortifié	1,9 %	1,8 %	1,6 %	1,5 %	1,4 %
Coolers à base de vin	0,3 %	0,2 %	0,3 %	0,3 %	0,2 %
Autres	4,8 %	4,7 %	4,8 %	5,0 %	5,5 %
Total des vins (en milliers de litres)	96 342	102 077	105 724	111 386	115 118

## VOLUME DES VENTES DE LA LCBO PAR CATÉGORIE (SUITE)

	2004	2005	2006	2007	2008
<b>Bières canadiennes</b>					
Bière ontarienne	40,8 %	42,3 %	42,7 %	42,1 %	42,2 %
Autres bières canadiennes	6,3 %	5,6 %	3,0 %	2,9 %	2,9 %
<b>Bières importées</b>					
Bière américaine	9,8 %	8,9 %	8,8 %	9,5 %	8,8 %
Autres bières importées	41,0 %	43,1 %	45,4 %	45,4 %	46,0 %
Saké	0,1 %	0,1 %	0,1 %	0,1 %	0,1 %
Total des bières (en milliers de litres)	168 101	164 827	170 245	181 959	195 432
Total global (en milliers de litres)	350 505	352 939	362 496	378 693	397 171

Remarque : Ces chiffres excluent les commandes privées et les autres ventes du siège social. Les chiffres des exercices précédents sont retraités tous les ans pour refléter les changements apportés à la gamme des produits.

## VENTES NETTES DE LA LCBO PAR CATÉGORIE

Les tableaux ci-dessous montrent la part des ventes nettes détenue par différents segments au sein des principales catégories de produits.

	2004	2005	2006	2007	2008
<b>Spiritueux canadiens</b>					
Whisky canadien	24,2 %	23,8 %	23,1 %	22,7 %	21,9 %
Rhum canadien	11,4 %	11,5 %	11,4 %	11,3 %	11,0 %
Vodka canadienne	12,2 %	12,2 %	12,7 %	13,0 %	12,7 %
Liqueur canadienne	2,5 %	2,7 %	2,8 %	2,9 %	2,9 %
Cooler à base de spiritueux	9,0 %	8,8 %	8,4 %	7,8 %	7,6 %
Dry gin canadien	1,2 %	1,2 %	1,1 %	1,0 %	1,0 %
Autres	0,8 %	0,7 %	0,6 %	0,6 %	1,2 %
<b>Spiritueux importés</b>					
Scotch	8,0 %	8,0 %	7,9 %	7,8 %	7,8 %
Liqueur	6,3 %	6,1 %	6,0 %	6,0 %	5,1 %
Boissons alcooliques diverses	4,5 %	4,6 %	4,5 %	4,9 %	5,7 %
Vodka	5,7 %	6,3 %	6,7 %	7,3 %	8,6 %
Brandy français	3,9 %	3,8 %	3,7 %	3,7 %	3,6 %
Cooler à base de spiritueux	2,0 %	1,7 %	1,7 %	1,7 %	2,1 %
Autres	8,2 %	8,7 %	9,4 %	9,3 %	8,8 %
Total des spiritueux (en millions de dollars)	1 483 035	1 551 337	1 598 743	1 667 000	1 724 763
<b>Vins canadiens</b>					
Vin de table blanc	10,8 %	10,5 %	10,4 %	10,2 %	10,3 %
Vin de table rouge	7,1 %	7,2 %	7,0 %	7,1 %	7,2 %
Vin de table rosé	0,7 %	0,7 %	0,7 %	0,7 %	0,7 %
Vin pétillant 7 %	0,9 %	0,8 %	0,8 %	0,7 %	0,7 %
Vin fortifié	1,0 %	1,0 %	0,9 %	0,8 %	0,8 %
Cooler à base de vin	0,1 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %
Autres	1,9 %	1,7 %	1,7 %	1,6 %	1,5 %
<b>Vins importés</b>					
Vin de table blanc	22,3 %	22,0 %	22,3 %	22,1 %	22,2 %
Vin de table rouge	43,5 %	44,9 %	45,3 %	46,3 %	46,6 %
Vin de table rosé	1,6 %	1,3 %	1,3 %	1,2 %	0,7 %
Vin pétillant	4,2 %	4,2 %	4,2 %	4,2 %	4,3 %
Vin fortifié	2,2 %	2,1 %	2,0 %	1,8 %	1,6 %
Cooler à base de vin	0,1 %	0,1 %	0,2 %	0,1 %	0,1 %
Autres	3,7 %	3,4 %	3,3 %	3,3 %	3,4 %
Total des vins (en millions de dollars)	1 056 975	1 151 038	1 209 678	1 326 596	1 404 327



## VENTES NETTES DE LA LCBO PAR CATÉGORIE (SUITE)

	2004	2005	2006	2007	2008
<b>Bières canadiennes</b>					
Bière ontarienne	38,7 %	39,4 %	39,0 %	38,3 %	38,1 %
Autres bières canadiennes	7,8 %	5,6 %	3,4 %	3,2 %	3,2 %
<b>Bières importées</b>					
Bière américaine	8,3 %	7,8 %	7,8 %	8,4 %	8,1 %
Autres bières importées	44,9 %	46,8 %	49,4 %	49,8 %	50,3 %
Saké	0,3 %	0,4 %	0,4 %	0,4 %	0,4 %
Total des bières (en millions de dollars)	641 364	653 391	679 264	723 221	780 068
Total global (en millions de dollars)	3 181 374	3 355 766	3 487 685	3 716 817	3 909 157

Remarques : Ces chiffres excluent les commandes privées et les autres ventes du siège social. Les chiffres des exercices précédents sont retraités tous les ans pour refléter les changements apportés à la gamme des produits.

## VENTES DE LA LCBO PAR PAYS D'ORIGINE 2007-2008 - SPIRITUEUX

Pays	Ventes nettes	Litres
Canada	995 702 055 \$	57 577 299
Royaume-Uni	208 103 425 \$	9 377 766
France	108 031 810 \$	2 858 112
États-Unis	107 299 720 \$	5 667 790
Irlande	65 925 742 \$	2 204 528
Suède	50 040 981 \$	1 974 617
Mexique	42 830 506 \$	1 263 349
Italie	35 766 856 \$	1 333 759
Allemagne	18 956 111 \$	626 463
Russie *	15 842 148 \$	627 312
Finlande	12 974 288 \$	501 999
Pologne	12 413 654 \$	415 823
Jamaïque	5 669 928 \$	190 951
Pays-Bas	4 969 930 \$	237 741
Barbades	4 517 460 \$	158 948
Afrique du Sud	4 174 651 \$	149 452
Nouvelle-Zélande	3 910 049 \$	495 238
Grèce	3 844 829 \$	156 750
Cuba	3 562 247 \$	122 465
Suisse	3 388 515 \$	104 656
Guyana	1 313 328 \$	42 934
Bermudes	1 122 118 \$	40 698
Nicaragua	1 113 962 \$	37 906
Portugal	1 109 797 \$	36 204
Puerto Rico	971 939 \$	22 867
Croatie	897 238 \$	30 074
Autriche	831 303 \$	18 796
Corée du Sud	827 648 \$	57 082
Espagne	773 402 \$	29 904
Serbie et Monténégro	768 862 \$	25 982
République tchèque	716 585 \$	10 661
Îles Vierges, É.-U.	715 820 \$	36 672
Bahamas	695 913 \$	20 077
Hongrie	688 181 \$	25 331
Ukraine	644 144 \$	22 883
Trinité	640 749 \$	17 765
Liban	466 872 \$	16 812

VENTES DE LA LCBO PAR PAYS D'ORIGINE 2007-2008 – SPIRITUEUX (SUITE)

Pays	Ventes nettes	Litres
Chine	390 060 \$	9 157
Inde	376 744 \$	14 731
Islande	363 946 \$	9 330
République dominicaine	313 604 \$	12 655
Danemark	276 886 \$	14 120
Japon	270 099 \$	6 043
Brésil	229 895 \$	8 116
Turquie	150 804 \$	4 521
Venezuela	91 427 \$	2 585
Israël	61 870 \$	2 630
Arménie	18 823 \$	442
Sri Lanka	5 149 \$	201
Îles Vierges britanniques	1 315 \$	55
Sainte-Lucie	87 \$	6
Belgique	(28 \$)	(1)
Total	1 724 773 447 \$	86 622 255

## VENTES DE LA LCBO PAR PAYS D'ORIGINE 2007-2008 – VIN

Pays	Ventes nettes	Litres
Canada	296 566 234 \$	32 148 498
Italie	253 502 293 \$	19 953 316
Australie	249 618 397 \$	16 664 230
France	199 966 689 \$	13 139 017
États-Unis	140 085 481 \$	10 887 838
Chili	72 332 790 \$	6 430 009
Afrique du Sud	40 766 913 \$	3 478 420
Espagne	35 923 730 \$	2 370 211
Portugal	26 239 600 \$	2 046 285
Nouvelle-Zélande	24 411 136 \$	1 220 322
Allemagne	22 290 434 \$	1 922 284
Argentine	22 067 874 \$	1 800 878
Royaume-Uni	7 729 109 \$	1 701 147
Grèce	3 940 148 \$	415 028
Hongrie	2 264 866 \$	234 012
Japon	1 482 203 \$	89 556
Serbie et Monténégro	1 110 377 \$	123 961
Israël	865 208 \$	61 031
Irlande	813 905 \$	177 412
Belgique	642 518 \$	105 942
Bulgarie	635 430 \$	74 375
Autriche	608 823 \$	37 506
Pologne	421 348 \$	27 575
République de Moldavie	414 533 \$	41 651
Roumanie	375 109 \$	34 190
Jamaïque	310 939 \$	25 413
Géorgie	257 316 \$	15 241
Corée du Sud	225 736 \$	9 738
Mexique	203 370 \$	17 439
Macédoine	200 016 \$	27 773
Danemark	161 734 \$	12 411
Ukraine	157 522 \$	8 210
Liban	129 226 \$	7 995
Uruguay	101 569 \$	8 487
Croatie	61 628 \$	5 901
Suisse	53 087 \$	2 503
Luxembourg	38 102 \$	1 802

VENTES DE LA LCBO PAR PAYS D'ORIGINE 2007-2008 - VIN (SUITE)

Pays	Ventes nettes	Litres
Tunisie	32 356 \$	2 079
Chypre	31 751 \$	1 692
Brésil	19 242 \$	1 158
Slovénie	13 132 \$	893
Inde	4 510 \$	374
Slovaquie	101 \$	6
Total	1 407 076 485 \$	115 333 808

## VENTES DE LA LCBO PAR PAYS D'ORIGINE 2007-2008 – BIÈRE

Pays	Ventes nettes	Litres
Canada	322 197 894 \$	88 030 977
Pays-Bas	114 008 941 \$	25 525 565
Mexique	108 848 791 \$	24 104 966
États-Unis	63 628 855 \$	17 454 137
Belgique	43 765 904 \$	9 229 646
Allemagne	32 142 718 \$	8 652 050
Irlande	19 358 708 \$	3 838 070
Royaume-Uni	14 788 282 \$	3 106 673
Danemark	14 123 016 \$	3 889 218
Pologne	12 107 883 \$	3 280 543
République tchèque	8 650 979 \$	2 298 880
Brésil	3 802 805 \$	859 614
Jamaïque	2 822 161 \$	577 451
France	2 791 490 \$	682 032
Autriche	2 658 031 \$	828 908
Chine	1 514 052 \$	351 778
Slovaquie	1 159 111 \$	292 694
Argentine	1 015 962 \$	254 254
Italie	986 344 \$	225 066
Thaïlande	947 490 \$	194 837
Singapour	927 384 \$	261 745
Trinité	900 578 \$	211 625
Portugal	649 050 \$	166 774
Japon	629 970 \$	155 124
Slovénie	402 750 \$	109 072
Ukraine	353 048 \$	99 001
Lituanie	324 393 \$	87 483
Russie	318 731 \$	90 967
Afrique du Sud	251 283 \$	70 283
Australie	182 238 \$	43 968
Sri Lanka	172 253 \$	36 637
Grèce	157 761 \$	37 699
Philippines	134 822 \$	27 583
Lettonie	132 866 \$	38 852
Kenya	122 212 \$	23 517
Nouvelle-Zélande	111 580 \$	23 044
Estonie	100 689 \$	27 922

## VENTES DE LA LCBO PAR PAYS D'ORIGINE 2007-2008 – BIÈRE (SUITE)

Pays	Ventes nettes	Litres
Cuba	62 170 \$	13 189
Vietnam	54 364 \$	12 839
Total	777 307 562 \$	195 214 684

Remarque : La valeur nette représente les ventes nettes excluant les ventes par commandes privées. Au cours de l'exercice financier 2007-2008, la LCBO a vendu des produits provenant de 74 pays différents.

## MENTION

La LCBO remercie les membres du comité de vérification du conseil d'administration de la LCBO de leur collaboration à la préparation du présent rapport. Le rapport est aussi disponible en ligne, à l'adresse [www.lcbo.com](http://www.lcbo.com), sous la rubrique « À propos de la LCBO ». Réalisation : Communications de l'entreprise de la LCBO. Design : FIZZ DESIGN CORP. États financiers : Planification financière et développement de la LCBO. Traduction française : Services en français de la LCBO.

This report is also published in English as LCBO Annual Report 2007-08.

# LCBO



WWW.LCBO.COM  
WWW.VINTAGES.COM

Ce rapport annuel est imprimé sur du papier fabriqué à partir de fibres postconsommables recyclées et sur du 100% papier recyclé à 100% d'énergie éolienne.

## Préservation de l'environnement

Économies provenant de l'utilisation de fibres postconsommables : quatre fois de moins d'énergie

Nombre d'arbres épargnés : 7,39

Réduction de la charge de matières en suspension dans l'eau : 27,35 livres

Réduction du dépôt d'eau usée : 1,140 gallons

Élimination des déchets solides : 347 livres

Réduction nette des émissions de gaz à effet de serre : 684 livres

Diminution de l'énergie utilisée : 5 236 302 BTU

Économies provenant de l'utilisation d'énergie éolienne

Élimination des émissions atmosphériques : 335 livres

Quantité d'énergie fossile équivalente qui aurait été nécessaire : 186 660 livres de gaz naturel

Autrement dit, les économies provenant de l'utilisation d'énergie éolienne sont équivalentes à

360 heures de conduite automobile en moyenne

ou

la plantation de 14 arbres